



## **ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN, COMERCIO Y FINANZAS**

### **PLAN DE NEGOCIO**

#### **“Frutty Ice Paletas de Helado Naturales”**

#### **AUTORES Y CARRERA:**

- ✓ **Br. Scarleth Gislehi Rodríguez Carrión, Mercadotecnia (1011564)**
- ✓ **Br. Kelvin Eduardo Morales Ocón, Mercadotecnia (1312286)**
- ✓ **Br. Mario Alejandro Mayorga Jerez, Administración de Empresas (1311581)**
- ✓ **Br. Darling Francisca Tellería Hernández, Administración de Empresas (1212378)**

#### **TUTORES:**

**Msc. Fanny Mendoza**  
**Msc. Herzel Murillo**

**MANAGUA, JULIO DE 2017**



### **Dedicatoria**

Primeramente a mi Dios que me dio sabiduría, salud y fe para lograr terminar el trabajo, a mi madre Maribel Teresa Hernández por apoyarme en todo momento y tenerme en sus oraciones siempre.

Agradecida con mis hermanos y especialmente con mí hermana María Luisa Jirón Hernández por darme ánimos y su apoyo incondicional.

**Darling Francisca Telleria Hernández.**

A Dios por haberme dado la salud, fortaleza, esperanza y sabiduría para terminar este proyecto.

A mis padres quienes son mi motivación, gracias por brindarme todo su apoyo, amor incondicional y paciencia.

**Scarleth Gislehi Rodríguez Carrión.**

Primamente dedico esta tesis a Dios porque me ha dado la fuerza y sabiduría estos 5 años para culminar con éxito mi carrera universitaria, igualmente le dedico esta añadidura más a mi familia que siempre me dieron su apoyo en los momentos más difíciles a mis padres William Morales y Roxana Ocon que siempre me dieron todo lo que tuvieron a su alcance para para coronar mi carrera. También dedico esta tesis de manera muy especial a dos personas que a pesar que ya no están conmigo desde el cielo sé que se sienten orgulloso de mi por este éxito alcanzo. A DIOS LA HONRA Y LA GLORIA POR SIEMPRE AMEN.

**Kelvin Eduardo Morales Ocón.**

A Dios, por permitirme llegar hasta este paso, porque siempre me permitió seguir adelante, su amor incondicional y su guía me llevaron a alcanzar el éxito.

A mis padres, porque gracias a su amor incondicional y sus esfuerzos, soy lo que soy ahora, Los amo, ¡Son mi todo!

A mi novia, porque siempre ha estado ahí para mí, cuando necesito apoyo ella me da la motivación y el amor necesario para seguir adelante, Te amo amor.

**Mario Alejandro Mayorga Jerez.**



## **Agradecimiento.**

Agradezco a Dios por sus bendiciones y a mi familia por apoyarme en el transcurso de mi carrera, agradezco a cada uno de los profesores de la Universidad Politécnica de Nicaragua quien ayudaron en mi formación académica y lograr culminar esta gran meta.

**Darling Francisca Telleria Hernández.**

Primeramente a Dios por haberme permitido llegar hasta aquí.

A mi familia por estar conmigo, motivarme a salir adelante cada día y por creer en mí. Gracias!

**Scarleth Gislehi Rodríguez Carrión.**

A Dios. Gracias Dios por permitirme tener y disfrutar a mi familia, gracias señor porque cada día que me has dado me hiciste ver tu misericordia y fidelidad cada mañana, gracias porque en cada momento me demostraste que no estaba solo que siempre podía contar contigo y sobre todo gracias por los padres que me diste que sin sus consejos y sin su Bendición no habría podido culminar este añadidura más.

A mi madre. Gracias por haberme dado la vida porque es el tesoro más preciado del mundo gracias por tus consejos que sin duda en el trayecto de la vida me servirán para ser una persona de bien.

A mi padre. Gracias por tu incondicional apoyo y sobre todas cosas por estar presente no solo en esta etapa importante de mi vida sino en todo momento ofreciéndome y buscándome lo mejor para mí.

**Kelvin Eduardo Morales.**

A Dios por sobre todas las cosas, porque el simple hecho de existir y estar aquí es una expresión máxima de su amor incondicional e inmenso.

A mis padres por amarme y por dar sus enormes esfuerzos para criarme y educarme.

A mi novia, por amarme y apoyarme siempre.



A mi familia por qué de una o de otra manera siempre han estado ahí para apoyarme según la ocasión que se presente.

A mis Compañeros de clase, porque a pesar de los desvelos logramos llegar hasta este punto en conjunto con todos nuestros esfuerzos.

**Mario Alejandro Mayorga Jerez**



## Índice

Dedicatoria .....	2
Agradecimiento .....	3
Resumen Ejecutivo .....	9
1. Objetivos .....	10
1.1. Objetivo general.....	10
1.2. Objetivos específicos.....	10
2. Aporte de proyecto a la economía local y nacional. ....	10
3. Perfil estratégico.....	11
3.1. Misión. ....	11
3.2. Visión.....	11
3.3. Estrategia de negocio. ....	11
4. Plan de marketing.....	12
4.1. Análisis del Entorno .....	12
4.1.1. Ambiente Económico .....	12
4.1.2. Ambiente Socio Cultural.....	14
4.1.3. Ambiente Político Legal.....	15
Centros de atención donde se puede realizar este trámite.....	19
Requisitos para este trámite.....	19
Aspectos a tomar en cuenta: .....	20
4.1.4. Ambiente Tecnológico .....	22
5. Análisis del sector.....	23
5.1. Análisis de las cinco fuerzas de porter .....	23
6. FODA.....	25
7. Investigación de mercado.....	26
7.1. Antecedentes y definición del problema.....	26
7.2. Justificación del problema.....	26
7.3. Necesidades de la información. ....	27
7.4. Objetivo de la investigación.....	27



7.4.1.	Objetivo generales.	27
7.4.2.	Objetivos específico.	27
7.5.	Metodología.	28
7.5.1.	Tipo de Investigación	28
7.5.2.	Fuentes de Datos	28
7.5.3.	Población y muestra.	29
7.5.4.	Selección de muestra.	29
7.5.5.	Instrumento de recopilación de datos	30
7.5.6.	Validación, Evaluación y Trabajo de campo.	31
7.5.7.	Procesamiento de la Información y Análisis de los Datos.	31
7.5.8.	Análisis de Resultados.	31
8.	Descripción del producto.	33
8.1.	Propiedades de Frutty Ice.	33
8.2.	Niveles de Producto.	34
9.	Análisis de la Competencia.	36
10.	Objetivos Plan de Mercado.	37
10.1.	Objetivo General.	37
10.2.	Objetivos Específicos.	37
11.	Descripción de Mercado Meta.	37
12.	Demanda y Participación de Mercado.	37
13.	Precio de Venta	40
14.	Proyecciones de Ventas	41
15.	Estrategia de Marketing	41
15.1.	Estrategia de posicionamiento.	41
15.2.	Estrategia de segmentación de mercado.	42
16.	Plan de Acción de la Empresa Frutty Ice.	42
16.1.	Estrategia de Producto:	42
16.2.	Estrategia de Precio	42
16.3.	Estrategia de Promoción.	43
16.3.1.	Presupuesto de Mercado.	43
16.4.	Estrategia de Distribución.	44



<b>17. Plan de Producción.....</b>	<b>45</b>
<b>17.1. Cursograma de Producción.....</b>	<b>45</b>
<b>17.1.2. Cursograma de Servicio.....</b>	<b>47</b>
<b>17.2. Activos fijos. ....</b>	<b>49</b>
<b>17.3. Vida útil de los Activos Fijos.....</b>	<b>50</b>
<b>17.4. Términos y condiciones de la Compra de Equipo, Mantenimiento y Reparaciones....</b>	<b>50</b>
<b>17.5. Capacidad Planificada y Futura.....</b>	<b>51</b>
<b>17.5.1. Capacidad Planificada.....</b>	<b>51</b>
<b>17.5.2. Capacidad Futura. ....</b>	<b>51</b>
<b>17.5.3. Ubicación y Diseño de la Planta.....</b>	<b>52</b>
<b>17.6. Materia prima Necesaria y Costo de la Materia Prima.....</b>	<b>53</b>
<b>17.7. Disponibilidad de Materia Prima, Fuente y precios.....</b>	<b>55</b>
<b>17.8. Mano de Obra Directa Indirecta.....</b>	<b>55</b>
<b>17.8.1. Mano de Obra Directa.....</b>	<b>55</b>
<b>17.8.2. Mano de Obra Indirecta.....</b>	<b>56</b>
<b>17.9. Gastos Generales de la Empresa.....</b>	<b>57</b>
<b>18. PLAN DE ORGANIZACIÓN.....</b>	<b>62</b>
<b>18.1. Forma de la Empresa.....</b>	<b>62</b>
<b>18.2. Estructura Organizacional.....</b>	<b>62</b>
<b>18.3. Actividades y Gastos Pre operativos.....</b>	<b>64</b>
<b>19. PLAN DE FINANZAS.....</b>	<b>66</b>
<b>19.1. Plan Financiero.....</b>	<b>66</b>
<b>19.2. Estado de Perdidas y Ganancia.....</b>	<b>67</b>
<b>19.3. Balance general.....</b>	<b>68</b>
<b>19.4. Estado de flujo de caja.....</b>	<b>69</b>
<b>19.5. Programa de Devolución de Préstamo.....</b>	<b>70</b>
<b>19.6. Punto de Equilibrio.....</b>	<b>70</b>
<b>19.7. Razones Financieras.....</b>	<b>71</b>
<b>19.8. Valor actual neto y Tasa interno de Retorno.....</b>	<b>72</b>
<b>19.9. Valor Actual Neto (VAN).....</b>	<b>73</b>
<b>19.10. Tasa Interna de Retorno.....</b>	<b>73</b>



19.11.	Relación Beneficio Costo.....	73
19.12.	Periodo de Recuperación.....	73
20.	Referencias Bibliográficas.....	79
21.	Anexos.....	80
21.1.	Anexos 1 .....	80
21.1.1.	Estadística del PIB .....	80
21.1.2.	Índice Mensual de Actividad Económica.....	80
21.1.3.	Tasa Interés Pasivo Ponderada.....	81
21.1.4.	Encuesta.....	81
21.1.5.	Cotizaciones.....	85
21.1.6.	Fichas Ocupacionales.....	87
21.1.7.	Constancia de matrícula de la alcaldía .....	92
21.1.8.	Constancia de Permiso de la DGI.....	92
21.1.9.	Licencia Fitosanitaria.....	93
21.1.10.	Tabla de Información Nutricional.....	93
21.1.11.	Tabla de Amortización de Prestamos.....	94
21.1.12.	Gastos de ventas.....	96
21.1.13.	Gastos de Administración.....	98
21.1.14.	Estado de Costo de Producción y Ventas. ( Escenario negativo con 20% menos de consumo de Materia Prima, por disminución de ventas).....	100
21.1.15.	Estado de Resultado 2.....	103
21.1.16.	Flujo de Efectivo 2.....	104
21.2.	Anexos 2- Gráficos.....	110
22.	Glosario.....	124





## Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocio de Frutty Ice 100% Natural, constituye la forma de culminación de estudio de sus autores para optar el título de Licenciado en Mercadotecnia y Administración de Empresas que otorga la facultad de Economía y Administración de la Universidad Politécnica de Nicaragua.

La idea de negocio surge en el primer semestre del año 2017, se llegó a esta idea debido a que decidimos crear una empresa productora y comercializadora de paletas de helado con frutas naturales, las cuales no contienen ningún químico ni preservativos. Esto ayuda que la paleta sea de mayor calidad y sea más saludable para el consumidor.

Propiamente como paleta natural no contiene competencia directa, las mayorías elaboran sus paletas con químicos, colorantes y altos niveles de azúcares, esto hace un producto no saludable.

El negocio se ubicará en el Puerto Salvador Allende, debido a que será un punto de partida para la comercialización para todos los ciudadanos y turista que visitan el país. En este local solo se realizarán las actividades de venta del producto terminado, tendremos nuestra área de producción en otro local, que estará ubicada en uno de los barrios cerca del Puerto.

El monto de inversión para poner en marcha Frutty Ice es de \$ 14,665.80, de los cuales el 46% será asumido por los socios en partes iguales y es equivalente a \$ 6,765.80 y el restante 54% que corresponde a \$ 7,900.00 será financiado por un préstamo a realizarse en la entidad bancaria FICOHSA, en una tasa del 15%.



## **1. Objetivos**

### **1.1. Objetivo general.**

Estructurar un plan de negocios que nos permita analizar las diferentes oportunidades de producir y comercializar paletas naturales en el departamento de Managua.

### **1.2. Objetivos específicos.**

Diseñar un plan de mercadeo que nos ayude a captar las oportunidades y amenazas de la producción de paletas naturales.

Perfilar un plan de producción y servicios que nos plantee el proceso de insumos, materia prima para el funcionamiento correcto de la nueva heladería.

.Estructurar un plan organizacional que nos permita laborar con éxito en el negocio.

Elaborar un plan financiero que nos permita calcular los diferentes indicadores financieros y la rentabilidad del negocio.

## **2. Aporte de proyecto a la economía local y nacional.**

El nuevo plan de negocio de Paletas de helado artesanales se orienta a crear nuevos empleos para los ciudadanos desempleados, con experiencia y trayectoria en el conocimiento de la elaboración de las distintas paletas de helados.

Cabe destacar que el negocio estará sujeto a la contribución del pago de impuesto que se rige por medio de la alcaldía municipal y la Dirección General de Ingreso, que en conformidad a las características del negocio se establece el régimen legal de cuota fija, que en cifras dispone del pago C\$3,600 anualmente correspondiente para ambas instituciones. Así mismo el pago de prestaciones sociales a los trabajadores.

El ingreso económico que puede ofertar el negocio se orienta a generar salarios que puedan satisfacer parte de las necesidades comprendidas dentro de la economía, ya que nuestro país no es generador de muchos empleos, debido a la poca existencia de pequeños negocios que sirvan al desarrollo y progreso de la inserción empresarial; dado a que estos no disponen del incentivo de nuevas políticas económica que favorezcan al crecimiento de sus actividades comerciales.

Así mismo la creación de este negocio será una nueva alternativa para los consumidores porque pueden consumir un producto más sano ya que nuestra Paleta Artesanal contiene menos porcentaje de grasa, azúcar y aire. Sus ingredientes son naturales y no se añaden químicos ni preservantes, De igual manera nos beneficiara a la mayor parte del tiempo debido a que en nuestro país casi todos los días son soleados.



### **3. Perfil estratégico.**

#### **3.1. Misión.**

Somos una empresa Productora y comercializadora de helados 100% nicaragüenses con altos estándares de calidad y presentación, satisfaciendo las expectativas de nuestros consumidores con una variedad de sabores elaborados de manera natural con altos valores nutritivos.

#### **3.2. Visión.**

Ser una empresa de excelencia que produce y comercializa helados, con un gran reconocimiento a nivel nacional, comprometidos a brindar calidad y servicio a todos nuestros consumidores con recurso humano motivado con principios éticos orientados al servicio.

#### **3.3. Estrategia de negocio.**

- Desarrollo de helados con distintos sabores y precios, llevando al mercado nuevas opciones para el consumidor.

- Método de producción basado en la innovación.

- Captar un mayor número de clientes ya que la empresa goza de, precios bajos, innovación, Rico sabor y fácil adquisición.

- Diseñar y establecer una propuesta publicitaria que logre la atracción del mercado y el posicionamiento en la empresa.



## 4. Plan de marketing

### 4.1. Análisis del Entorno

#### 4.1.1. Ambiente Económico

#### **Ambiente Económico**

Para el inicio del plan de negocio es necesario realizar un análisis del ambiente económico que se desarrolla en el país e identificar aspectos que puedan afectar el desarrollo de las operaciones de nuestra empresa, por lo tanto, se tomarán en consideración los siguientes factores:

Según último informe emitido por parte del Banco Central de Nicaragua, las estadísticas económicas del crecimiento del país son las siguientes:

#### **INCREMENTO DEL PIB EN NICARAGUA**

En el tercer trimestre de 2016, la economía nicaragüense registró un crecimiento interanual de 4.3 por ciento y un crecimiento promedio anual de 4.6 por ciento en los datos originales, según la estimación preliminar del PIB trimestral. Con este resultado, el crecimiento acumulado al tercer trimestre se ubicó en 4.3 por ciento.

La serie de tendencia-ciclo del PIBT creció 3.5 por ciento interanual (tendencia de corto plazo) y 4.3 por ciento promedio anual (tendencia de largo plazo). En la serie desestacionalizada el PIBT registró una variación de 0.8 por ciento con relación al segundo trimestre del año.

Como podemos apreciar el PIB tuvo un incremento de 3.5% esto presenta una oportunidad para nosotros como pequeña empresa al incursionar al mercado Nicaragüense, de manera de que la población debido al constante movimiento de la economía y aunque Nicaragua es un país aún en sub-desarrollo, pueden adquirir nuestro producto que se encuentra a un precio accesible para su situación económica.

El consumo mostró un crecimiento interanual de 5.4 por ciento (5.6% en el acumulado), como resultado del aumento en el consumo colectivo e individual.

El consumo individual creció 5.2 por ciento (4.9% en el acumulado). Por su parte, el consumo colectivo presentó un aumento de 6.7 por ciento (8.3% en el acumulado) como resultado de los gastos realizados en compras de bienes y servicios por la administración pública.

El componente de la formación bruta de capital fijo (FBKF) experimentó un crecimiento de 3.9 por ciento (5.2% en el acumulado). Este resultado se debió al aumento que registraron los distintos componentes de la inversión.



Se observó aumentos en maquinaria y equipo (0.3%), otros gastos de inversión (24.6%) y construcción (2.4%).

La inversión fija privada registró un crecimiento de 0.4 por ciento (1.9% en el acumulado), resultado del crecimiento en maquinaria y equipo (2.6%) y en otros gastos de inversión (24.6%), lo que fue parcialmente contrarrestado por la construcción (-10.0%). La disminución en el componente de construcción, responde a la menor área efectivamente construida que se registró en los destinos de comercio y residencial.

El consumo interanual incrementó de 5.4% a 5.6% es decir, la población Nicaragüense está en constante consumo de los productos que son vendidos en el país, e esto nos brinda una oportunidad para poder incursionar en el mercado y dar a conocer nuestro producto.

### **Salario mínimo**

Los sindicatos, empresarios y representantes de las micro, pequeñas y medianas empresas de Nicaragua acordaron un ajuste de 8.25 por ciento para la paga mínima en 2017.

Durante las negociaciones se había pedido un incremento diferenciado para los trabajadores del campo, que ostentan la paga más baja de la escala salarial.

El ajuste se aplicará en dos tramos: 4.125 por ciento a partir del 1 de marzo y el otro 4.125 por ciento a partir del 1 de septiembre.

El incremento pactado ayer es un promedio de las propuestas del sector privado y sindicatos. Las mi pymes en semanas anteriores propusieron entre 8.5 y 10 por ciento, según los sectores; los sindicatos sugirieron incrementos entre 9 y 10 por ciento, mientras el Consejo Superior de la Empresa Privada -que aglutina a las empresas más grandes- propuso 7.63 por ciento de aumento.

Los trabajadores de nuestra empresa gozarían de este ajuste del salario mínimo en el Sector de las Mi pymes ya que no estarían subsistiendo nada más con el salario mínimo y no ser tan afectados por la inflación ni en el alza de los precios sino que con este gozarán de un incremento en sus ganancias y así poder seguir manteniendo a sus familias.

### **Evolución del índice mensual de actividad económica.**

En enero, el índice mensual de actividad económica (IMAE) creció 5.0 por ciento con relación a enero de 2016<sup>2</sup> y la variación promedio anual se ubicó en 4.5 por ciento<sup>3</sup>. La variación subyacente del IMAE, medida con la serie de tendencia ciclo, mostró un crecimiento de 4.5 por ciento interanual. Por su parte, la serie desestacionalizada del IMAE disminuyó 1.1 con relación a diciembre de 2016.

Las actividades con mayor crecimiento fueron: pecuario, 18.7 por ciento; hoteles y restaurantes, 10.3 por ciento; administración pública y defensa,



9.3 por ciento; silvicultura y extracción de madera, 8.3 por ciento; y energía y agua, 7.3 por ciento.

En el grupo de actividades primarias, también se registró crecimientos en la producción de silvicultura y extracción de madera y explotación de minas y canteras; lo cual fue parcialmente contrarrestado por la menor producción de agricultura y pesca y acuicultura. En los servicios, creció además transporte y comunicaciones, el grupo de otros servicios, intermediación financiera y comercio, principalmente.

En la manufactura creció la producción de carnes y pescados, lácteos, la fabricación de muebles, productos de vidrio y productos químicos, entre otras.

Nuestra empresa se beneficia de este aumento en el PIB (incremento de 2.6 a 2.8 de diciembre 2016 a enero de 2017) debido a que últimamente existe más inversión en este rubro, además a los Nicaragüenses les gusta consumir los productos elaborados de manera artesanal y en la actualidad buscan como consumir algo que sea delicioso pero a la vez nutritivo y saludable.

### **Tasa pasiva ponderada**

La tasa de interés muestra una disminución en el año 2015 en comparación al año anterior, esto es un beneficio para nuestra empresa ya que existen muchas posibilidades de préstamos en instituciones financieras con una tasa de interés atenuada en el presente año, incluso se consideran créditos para PYME con una menor tasa de interés.

### **4.1.2. Ambiente Socio Cultural.**

Nicaragua es un país con una cultura rica, una gastronomía variada y un clima caluroso, en temporadas de verano (entre los meses de abril y marzo) es cuando las temperaturas suben y se identifican, muchas personas tienen como costumbre a salir a consumir este tipo de productos debido al calor, de tal manera que se ha hecho casi una costumbre, dejan de consumir dulces típicos y comidas usuales, para consumir algo fuera de lo común, algo refrescante.

Todas las personas buscan algo refrescante que consumir no solo en épocas calurosas, sino al momento de salir un fin de semana y esto presenta una excelente oportunidad para presentar nuestro producto, las características socio-culturales del país nos brinda una apertura en el mercado, ya que esta clase de producto (El helado o paleta) está siendo parte de la costumbre del nicaragüense a la hora de buscar algo delicioso y no tan caro para consumir al momento de que las familias Nicaragüenses salen para disfrutar de un buen momento.

Aprovechando las presentes oportunidades que el entorno socio-cultural nos presenta,



ofreceremos nuestro producto, que no solo será delicioso y accesible para el bolsillo de todo el que desee consumirlo, sino también nutritivo e innovador.

#### 4.1.3. Ambiente Político Legal.

En el ambiente Político Legal existen las siguientes leyes y normas que rigen al micro, pequeñas y medianas empresas:

Al presentar nuestra idea de la creación de helados o paletas debemos inscribirnos como una MIPYME (micro empresa) las leyes y normas que se deben de seguir al momento de inscripción son los siguientes:

### INSCRIPCIONES, MODIFICACIONES, CIERRES

#### Cuota Fija (Régimen Simplificado)

Requisitos de Inscripción Cuota Fija.

PREGUNTA # 1 Requisitos para inscripción

¿Qué requisitos debe cumplir una persona natural para su inscripción en Pequeños Contribuyentes?

La persona natural podrá optar a inscribirse, siempre que realice actividad económica y obtenga ingresos por ventas mensuales iguales o menores a C\$ 100,000.00 córdobas o bien dispongan de inventario de mercancías con un costo no mayor a C\$ 500,000.00 córdobas.

Base Legal: art. 251 de la Ley N° 822 LCT.

PREGUNTA # 2 Formalidades para la inscripción

¿Qué formalidades debe presentar una persona natural para su inscripción en Pequeños Contribuyentes?



La persona natural debe acudir a la Administración de Rentas más cercana al domicilio donde realizará su actividad económica, presentando y cumpliendo con las siguientes formalidades:

Llenar el formulario de inscripción proporcionado gratuitamente;

Tener la edad de 18 años cumplidos;

Documento de identificación ciudadana:

a. Nacionales: Cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N° 152 Ley de Identificación Ciudadana.

b. nacionales residentes en el exterior: Pasaporte y/o Cédula de Residencia en el extranjero, en base artículo 1 de la Ley N° 514 Ley de Reforma a la Ley N° 152, Ley de Identificación Ciudadana.

c. Extranjeros: Pasaporte extendido por la autoridad competente de su país de nacionalidad, de conformidad a lo establecido en Artos. 87, 89 y 213 de la Ley N° 761, Ley General de Migración y Extranjería; Arto. 65, inciso 2 y Arto. 69, inciso 1.3 de su reglamento. La Cédula de residencia permanente condición 1 (A TRABAJAR) queda de manera opcional, o sea si la persona solicita que la inscriban con dicho documento.

Documentos para hacer constar el Domicilio Fiscal:

Debe presentar al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, energía eléctrica, teléfono o contrato de arriendo del inmueble. Si la factura no está a su nombre, debe adjuntarle constancia de la persona que aparece reflejada en la misma.

5. En caso de ser una tercera persona quien realiza el trámite, la representación deberá ser mediante un escrito simple, presentando original y fotocopia de su cédula de identidad.

Base Legal: art. 251 de la Ley N° 822 LCT. Ordinal primero de la DT 13-2003

### PREGUNTA # 3 Documentos que emite Pequeños Contribuyentes

¿Qué documentos me extiende la Administración de Pequeños Contribuyentes una vez que me inscriba?

Extenderá su Cédula RUC, Certificado de Inscripción como Pequeño Contribuyente, Usuario y Contraseña para ingresar a la VET.

Base Legal: Decreto N° 850 del 28 de octubre de 1981





#### PREGUNTA # 4 Obligación de inscripción de personas de tercera edad

¿Debe proceder a su inscripción como comerciante de frutas una persona mayor de setenta años?

Los pequeños comerciantes mayores de sesenta años de edad deben inscribirse en el régimen de pequeños contribuyentes. Son sujetos exentos del pago de cuota fija, no así de brindar información que requiera la Administración Tributaria por ser parte de este régimen.

Base Legal: numeral 3 del art. 248 de la Ley N° 822 Ley de Concertación Tributaria

#### PREGUNTA # 5 Costo de la inscripción

¿Cuánto es el costo de una inscripción en DGI?

La inscripción de contribuyentes de Cuota Fija no tiene costo alguno ante DGI.

Base Legal: Ord. séptimo del Convenio Interinstitucional DGI-ALMA-INSS

#### PREGUNTA # 6 Declaraciones como Pequeño Contribuyente

¿Tengo obligación de presentar declaraciones una vez me inscriba en Pequeños Contribuyente?

No tiene obligación con respecto a presentar declaraciones, pero si debe pagar una cuota fija mensual, con base a la tarifa establecida por Ley.

Base Legal: art.7 del Decreto N° 850 Ley Creadora del Registro Único del Ministerio de Finanzas

#### PREGUNTA # 7 Obligaciones como Pequeño Contribuyente

¿Cuáles son mis obligaciones como Pequeño Contribuyente?



Sus obligaciones luego de Inscribirse como Pequeño Contribuyente son las siguientes:

1. Emitir factura simplificada de venta a solicitud del comprador;
2. Llevar registros simplificados de ingresos y gastos;
3. Respalidar o documentar sus inventarios con facturas formales emitidas por contribuyentes que tributen;
4. Exhibir el original del Certificado de Inscripción;
5. Guardar en forma separada y cronológica según el caso para ser presentas a requerimiento de la Administración Tributaria:
  - a. Facturas por compras y prestación de servicios,
  - b. los soportes por pagos de alquiler y a la municipalidad,
  - c. los recibos por pagos realizados a la Administración Tributaria ;
6. Notificar a la Administración de Rentas con 30 días de anticipación el cierre definitivo del negocio, cuando corresponda.

Base Legal: art. 258 de la Ley de Concertación Tributaria

#### PREGUNTA # 8 Pago de la Cuota Fija

¿Cuál es la fecha límite para el pago de la Cuota Fija?

La Cuota fija establecida para un mes, según tarifa, se deberá cancelar durante los primeros quince días del mes siguiente. El incumplimiento del pago dará lugar a recargos moratorios.

Base Legal: art. 254 de la Ley de Concertación Tributaria y art. 167 de su Reglamento

#### PREGUNTA # 9 Dispensa de recargos de la Cuota Fija

- ¿Aplican dispensa de recargos a comerciantes de los mercados municipales?

Efectivamente, por una sola vez, por un periodo hasta de seis meses, para ello debe presentar el AVAL correspondiente de la asociación de comerciantes a la que pertenece.

Base Legal: segundo párrafo del art. 167 del Reglamento de la LCT



## **Inscripción en la alcaldía**

Cualquier persona natural o jurídica que se dedique a una actividad económica (negocio) dentro del Municipio de Managua y por el cual lleve los registros contables correspondientes, está en la obligación de matricularse ante la Alcaldía, conforme lo establece el Arto. 3 del P.A.V. (Plan de Arbitrios Vigente).

Todo Contribuyente debe efectuar la apertura de matrícula de negocio por registro contable en el momento que inicie operaciones.

Centros de atención donde se puede realizar este trámite.

La solicitud de este Servicio, se puede gestionar en los siguientes centros de atención:

- Dirección de Registro del Contribuyente ubicada en Centro Cívico, Módulo “F”, puerta 414, planta baja
- Ventanilla única de Inversiones (V.U.I)
- ServiGob

El horario de atención es de lunes a viernes, de 8:00 am a 5:00 pm, sin cerrar al mediodía.

Puede realizar este trámite cualquier persona natural o jurídica con cédula de identidad o poder notarial que lo facilite a realizar las gestiones pertinentes.

Requisitos para este trámite

Los documentos que tanto las personas naturales como jurídicas deben presentar para este trámite son los siguientes

Persona Natural / Persona Jurídica

Fotocopia de Cédula RUC y/o Cédula de Identidad del Contribuyente.

Carta Poder (Si actúa en representación del Contribuyente)

Fotocopia de Cédula de Identidad del Representante Legal o de la persona autorizada para realizar el trámite.

Fotocopia de la primera página de la Inscripción de los Libros Diarios y Mayor.

Permiso y/o Constancia de la Policía Nacional y de la Dirección General de Medio Ambiente y Urbanismo, cuando el caso lo amerite.

Copia de las primeras páginas de los Libros Contables Diario y Mayor debidamente inscrito



ante el Registro Mercantil del departamento de Managua. Si la Contabilidad la llevará de forma automatizada, deberá presentar la autorización de dicho programa por parte de la DGI.

Anticipo de Matrícula (posteriormente será acreditado al efectuarse la matrícula definitiva).

Copia de la última página del Acta de Constituyente de la sociedad, (todo el documento) debidamente inscrita en el Registro Mercantil de Managua.

Costo del trámite.

Formulario de Apertura de Matrícula, modalidad registro contable C\$17.00.

Las personas naturales que poseen negocios con modalidad de registro contable deben pagar un anticipo de matrícula de C\$260.00 Al realizar la confirmación de su matrícula dentro de los dos meses subsiguientes a su apertura, se establecerá el valor que debe complementar.

El valor de la matrícula de negocio para las personas jurídicas equivale al 1% de su capital social o individual.

### **Aspectos a tomar en cuenta:**

En el transcurso de 2 meses a través del Departamento de Recaudación del Distrito donde se localiza el negocio, los Inspectores respectivos procederán a verificar la categoría del negocio a fin de comprobar si se corresponde con la matrícula efectuada.

Para las actividades de: Hoteles, moteles, hospedajes, pensiones y similares, bares, restaurantes, venta de licor, billares, casinos, centros de diversión y esparcimiento (tragamonedas, rokonolas y actividades afines) deben presentar Constancia de la Policía Nacional y Permiso de la Dirección General de Medio Ambiente y Urbanismo de la Alcaldía de Managua (DGMAU).



## **REGISTRO MIPYME**

¿Qué es el Registro Único MIPYME?

Según el Arto. 32 de la Ley 645, Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (LEY MIPYME), tiene como propósito contar con una base de datos suficientemente amplia que permitirá asistir adecuadamente a las MIPYME y que tengan acceso a los incentivos contemplados en las leyes de la materia.

**Beneficios**

La empresa podrá acceder a los beneficios que otorga la Ley MIPYME.

Las MIPYME Registradas podrán acceder a Incentivos Fiscales y a Programas de Apoyo a las MIPYME.

La empresa podrá hacer sus trámites ante el MIFIC de manera más rápida

¿Quiénes deben inscribirse?

Según la Ley 645, Ley MIPYME, podrán inscribirse en el RUM “Todas aquellas Micros, Pequeñas y Medianas Empresas formalizadas, que operan como personal natural o jurídica en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícola, pecuarias, comerciales, de exportación, turística, artesanales y de servicios, entre otras”. Adicionalmente a lo anterior, deberán cumplir con los siguientes parámetros:

Variables	Micro empresa	Pequeña Empresa	Mediana
Número total de Trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos Totales (Córdobas)	Hasta 200.0 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
Ventas Totales Anuales (Córdobas)	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones



**Fuente: Arto. 3 de la Ley 645, Ley MIPYME Procedimientos y requisitos**

#### **4.1.4. Ambiente Tecnológico**

En el ambiente tecnológico presentamos las siguientes ventajas, la maquinaria para la producción de estos helados y paletas no necesitan de maquinaria muy sofisticada, serán elaborados de manera artesanal a base de frutas naturales y enfriamiento, la maquinaria a utilizarse serán mantenedoras y licuadoras, en Nicaragua se cuenta con esta maquinaria, por lo tanto, no será difícil de adquirir.



En Nicaragua a las personas les llama la atención los productos elaborados de manera artesanal o casero, nosotros ofreceremos una perfecta combinación equilibrada entre ambos, paletas elaborados de manera artesanal, pero cumpliendo con los estándares de calidad exigidos por el consumidor y el cumplimiento con todas las herramientas necesarias para la elaboración del mismo.



## 5. Análisis del sector.

### 5.1. Análisis de las cinco fuerzas de porter

#### Diamante de Porter.

Introducción: Para el análisis del sector utilizaremos la herramienta de las 5 las fuerzas de porter este es un modelo que establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio.

Fuerza	Intensidad
Poder de negociación con los clientes	ALTA
Rivalidad entre las empresas	MEDIA
Amenazas de nuevos entrants	ALTA
Poder de negociación con los proveedores	BAJA
Amenazas de productos sustitutos	ALTA

#### **Poder de negociación con los clientes.**

**R:** Consideramos que es alta ya que el consumidor no tiene gran variedad de elección de este producto ya actualmente no existen ninguna empresa con estas misma características por lo cual llevamos una enorme ventaja y altas posibilidades de nuestras paletas serán compradas. , ya que las empresas actuales utilizan altos grados de químicos para mantener el producto.

#### **Rivalidad entre las empresas.**

**R:** La consideramos media ya que por una parte somos la única empresa que oferta este producto por lo cual no tenemos competencia directa tomando en cuenta que en el puerto salvador allende no hay otra heladería similar, por otra parte indirectamente tenemos mucha competencia ya posicionada en el mercado



por lo cual por nos conlleva a realizar un plan de marketing que nos permita obtener un rápido posicionamiento en el mercado.

#### **Amenaza de nuevos entrantes.**

**R:** La consideramos alta ya que por la gran innovación que el mercado está presentando en los últimos tiempos es muy probable que nuevos competidores incursionen en el mercado, también por fácil accesibilidad legal de mercado, el apoyo político que se aportando actualmente, la marca ya posicionada.

#### **Poder de negociación con los proveedores.**

**R:** la Consideramos baja ya que tenemos muchos proveedores que nos pueden facilitar la materia prima (frutas para poder fabricar y comercializar nuestro producto).

Actualmente en la zona del pacifico principalmente en Masaya y la concepción son las mayores productores de la materia prima necesaria (frutas).

#### **Amenazas de productos sustitutos.**

**R:** la consideramos alta ya que existe actualmente mucha innovación en este sector y gran variedad de productos que satisfacen esta misma necesidad como es el gusto.

Como zona tropical en la cual habitamos y caracteriza a nuestro país este sector ha tenido un crecimiento también porque este tipos de 'productos





## 6. FODA



## **7. Investigación de mercado.**

### **7.1. Antecedentes y definición del problema.**

El presente trabajo investigativo se originó con la identificación de una oportunidad de hacer negocios para poder optar a nuestra titulación con la modalidad de planes de negocios como forma de culminación de estudios.

Nicaragua Por su suelo, clima y por la tradición de producir frutas muy diversas, tanto autóctonas como introducidas, tenemos un potencial y una posición privilegiada para la producción de frutas. Actualmente las zonas del pacífico y central son las mayores productoras de frutas tropicales como: banano, piña, melón, sandía, anona entre otras

Por este gran privilegio el cual nos rodea nos facilita el acceso a la materia prima que necesitamos lo cual son frutas, es por eso lo cual surge la idea de hacer paletas artesanales a base de frutas y salir de la paleta tradicional.

### **7.2. Justificación del problema.**

En la actualidad el consumidor se ha dado a la tarea de cuidar mucho su estado de salud es por eso que el deseo de mantener una alimentación saludable se ha mantenido en la mente del consumidor con mayor o fuerza, Sin embargo, lo que éste entiende por alimentación saludable se ha modificado a medida que ha ido aprendiendo y más aún hoy en día con la aparición de consumidor súper informado.

Por un lado debido el acceso restringido que tienen las personas diabéticas tienen a este tipo de productos debido a los altos grados de azúcar, queremos elaborar paletas 100% naturales que les permita a estos consumirlas sin atentar contra su salud.

Por otro lado siendo una empresa nueva y con presupuesto muy limitado teniendo en cuenta que hay empresas dentro del mercado con marcas muy posicionadas nos conlleva al gran reto de hacer un exhaustiva y detallada investigación sobre la situación actual mercado que nos permita captar las debilidades de estas y hacerlas nuestras fortalezas.

### **7.3. Necesidades de la información.**

Para este proyecto tenemos la necesidad de determinar la información necesaria que nos permita tomar decisiones con respecto a la apertura del negocio, debido a que antes de proceder a desarrollar una empresa es esencial obtener información de los clientes o potenciales clientes. A continuación se presenta los puntos generales que fundamentan esta investigación.

- Gustos y preferencia de los consumidores.
- frecuencia de consumo.
- Lugar de compra.
- precio adecuado para este producto.
- Aceptación de nuevos helados elaborados de manera artesanal.
- Beneficio.

### **7.4. Objetivo de la investigación.**

#### **7.4.1. Objetivo generales.**

- Realizar un estudio de mercado con el fin de conocer la rentabilidad de producir y comercializar paletas de helado 100% naturales.

#### **7.4.2. Objetivos específico.**

- Conocer las marcas y sabores de preferencia.
- determinar la frecuencia de consumo de las paletas de helado.
- saber dónde adquieren usualmente este producto.
- determinar cuánto estarían dispuesto a pagar por una paleta de helado totalmente existente a las del mercado.
- conocer la aceptación de estas nuevas paletas de helados.
- conocer los medios de comunicación que más frecuentan los consumidores.
- saber qué beneficios toman en cuenta las personas al momento de comprar una paleta de helados.



## **7.5. Metodología.**

### **7.5.1. Tipo de Investigación**

El fin de esta investigación es conocer el comportamiento de compra de helados (en paletas o en cualquier otra presentación y la aceptación de parte de los consumidores, se utilizó un tipo de investigación exploratoria la cual es apropiada para las primeras etapas del proceso de toma de decisiones, cuando se está en busca de problemas u oportunidades potenciales, descriptiva porque describe el comportamiento, gustos, preferencia y Concluyente ya que nos brindara información para realizar un plan de mercadeo y proyecciones de ventas para realizar análisis financieros, poder calcular los precios unitarios, costos indirectos, directos, costos de fabricación y cualquier otro análisis que pueda ayudarnos para que nuestro producto prospere.

Se realizó un tipo de investigación exploratoria para averiguar el nivel de aceptación del producto en el mercado, los productos existentes, la competencia, las proporciones de sus productos, tamaños, colores, sabores, empaques, etc. Que ya existen, esto nos apoyará de gran manera ya que al momento de fabricar nuestro producto podremos crearlo de manera que no sea igual a los ya existentes, crear algo innovador, en nuestro caso son paletas de helado naturales, de manera que cualquier clase de persona, niños, jóvenes, adultos e inclusive personas diabéticas que no podían consumir el producto ahora se les presente una nueva oportunidad.

### **7.5.2. Fuentes de Datos**

#### **Investigación Exploratoria**

En la investigación exploratoria recurrimos a investigar los pasos que se requieren para inscribir una empresa, realizamos estudios en la población, investigación en Internet, estudiamos el comportamiento de los consumidores en estas fechas, analizamos el entorno demográfico del país ya que por ser un país caluroso nuestro producto presenta una ventaja, realizamos visitas a instituciones como:

Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC)

Registro de Propiedad Intelectual. (MIFIC, RPI)

Dirección General de Ingresos

Alcaldía de Managua

Banco central de Nicaragua.

Al investigar y visitar estas instituciones, nos dimos cuenta de todos los pasos de ley para inscribir una empresa, las normas que se deben seguir ya descritos en el análisis externo.

También analizamos los precios ya existentes en el mercado también que oscilan entre los C\$ 10 y C\$ 50 en dependencia del tipo de paleta que se



quiera adquirir, influye también el establecimiento, el tamaño, la proporción y el sabor del producto.

Investigamos el nivel de aceptación que existe en el mercado del producto y concluimos que es alto, más en tiempos calurosos, cuando los consumidores desean encontrar algo refrescante para su consumo.

### **Investigación Descriptiva Concluyente**

Se hizo uso de diferentes fuentes de datos, las cuales permitieron obtener una información confiable y de gran valor para la elaboración del plan de negocios.

Fuentes Primarias mediante encuestas estructurada dirigida a los consumidores, en dónde se les preguntó acerca del sabor, tamaño y como deseaban su paleta, que ayudan a conocer la aceptación de nuestro producto y de esta forma tener una idea de que sabor, que empaque les agradaría más, en que tamaño lo prefieren y que tipos de frutas les gustaría que llevarán dentro de su paleta.

Utilizamos fuentes secundarias como Investigación en Internet, lecturas, entrevistas, estudio de comportamiento de la población y visitas a distintas instituciones públicas.

#### **7.5.3. Población y muestra.**

El estudio del universo y la población que fue tomado de esta investigación exploratoria, obtuvo como fuente las empresas privadas e instituciones gubernamentales, que estén vinculados para funcionamiento de este negocio; y para la investigación descriptiva concluyente los ciudadanos de 8 a 50 años de edad, del puerto Salvador Allende.

#### **7.5.4. Selección de muestra.**

##### **Investigación exploratoria**

Por el tipo de investigación se empleó el tipo de muestreo no probabilístico o también conocido como muestreo por convivencia o por fines especiales, ya que elegimos fuentes de información representativas para el estudio y que acoplen a las características del negocio que queremos apertura.



## Investigación descriptiva

La población o universo son los ciudadanos de Managua del distrito III entre las edades de 8 a 50 años, se usara el criterio no probabilístico por convivencia, ya que el método probabilístico es muy costoso.

La muestra serán 100 ciudadanos de la ciudad de Managua y se distribuyó de la siguiente manera:

Niño de 8 a 16 años	10
Jóvenes	25
Mujeres	30
Hombres	25
Hombres y mujeres con diabetes	10



### 7.5.5. Instrumento de recopilación de datos

#### Investigación exploratoria

Se elaboró un análisis de fuentes secundaria, donde se observaron documentos relacionado con el tiempo de negocio al que se quiere implementar.

De igual manera nos pusimos en contacto con empresas proveedoras de materia prima, insumos y maquinaria para la elaboración de los helados. Todo esto para obtener información de mucha importancia que fuese utilizada para realizar muchas de las características incluidas en el plan de negocio.

#### Investigación descriptiva, concluyente

El método que utilizamos fueron encuestas la cuales fueron personal y de carácter administrada. Las encuestas fueron estructurada-combinada 2 preguntas dicotómicas y 13 preguntas opción múltiple.

La primera parte era para conocer los datos demográfico de los encuestadores, la segunda parte era para cocer los gustos de los consumidores y la competencia y la tercera y última parte es para conocer el potencial de demanda para el lanzamiento de nuestro producto.



#### **7.5.6. Validación, Evaluación y Trabajo de campo.**

Ya elaborada la encuesta se procedió a verificarla; se observaron cada pregunta, se aclaró y específico el tipo de información que se esperaba obtener.

Cada una de las preguntas fue enumerada para evitar pérdidas. Las encuestas fueron llenadas por los encuestadores y duro 5 minutos, por lo tanto nos ahorró tiempo.

#### **7.5.7. Procesamiento de la Información y Análisis de los Datos.**

El procesamiento de los datos para la elaboración de tablas estadísticas y para obtener las gráficas correspondientes, se realizaron mediante el programa de SPSS y pudimos realizar el análisis de los resultados.

#### **7.5.8. Análisis de Resultados.**

Los resultados obtenidos, se analizaron a la luz de los conocimientos desarrollado, que a su vez nos permiten cumplir con los objetivos propuestos en la investigación.

Los resultados obtenidos son los siguientes:

#### **Investigación Exploratoria**

Los principales resultados obtenidos fueron: cotizaciones, requerimientos legales para la inscripción del negocio, requisitos para permisos y licencia de operación, se pudo conocer los datos de la tasa de inflación por medio del Banco Central de Nicaragua y diversas instituciones públicas.

Se obtuvieron diversas cotizaciones de los activos fijos a utilizar, a través de la visita de los distintos proveedores. Lo que permitió analizar cuál era la mejor opción referente a costos y calidad del producto a adquirir. De forma que se procediera a calcular los costos de activos de la empresa.

Mediante las visitas e investigaciones en la página web de diversas instituciones gubernamentales se logró conocer los diversos requerimientos legales para la inscripción de un nuevo negocio, igualmente se obtuvo la información referente a procedimientos y pago de aranceles.





## Investigación Descriptiva Concluyente

Pudimos conocer que los encuestados corresponden a un 43% a hombres y 57% a mujeres, entre los rangos de 9 y 60 años, además la encuesta fue dirigida a las personas que usualmente concurren a este centro turístico (Puerto Salvador Allende).

El 98% De los encuestados viven en el Departamento de Managua, el otro 2% en municipios aledaños como Ticuantepe.

En su mayoría de los encuestados el 36% son estudiantes, el otro 64% son personas que actualmente están trabajando, esto nos demuestra que en este centro turístico hay bastante poder adquisitivo de parte de los consumidores debido a que estos se encuentran laborando, los rangos de ingresos de parte de los consumidores son los siguientes: de C\$ 500 a C\$ 1000 el 10% de la población encuestada, de C\$ 1,000 a C\$ 1,500 un 10% de la población

Encuestada, de C\$ 2,000 a C\$ 3,000 un 19% de la población encuestada, de C\$ 4,000 A C\$ 5,000 un 26% y de C\$ 5,000 a más el 35%

Se determinó que el 79% consume actualmente helado y el 21% no consume, debido a diversas razones como que no es de su agrado el producto o simplemente no les llama la atención o les hace daño.

Las marcas de preferencia para los consumidores según los resultados arrojados por nuestra encuesta son los siguientes: Eskimo 42%, Yea Gelato 12%, Dos Pinos, 21%, Helados Caseros, 2% equivalente al 79% de la población encuestada que si consume este producto.

Según los resultados arrojados por las encuestas el 28% prefiere esa marca por el precio, el 39% por la Calidad, el 8% por el empaque y el 4% por otros motivos, si notamos el porcentaje de mayor valor es debido al factor Calidad, esto nos demuestra que para poder competir en el mercado debemos ofrecer un producto de igual o mayor calidad de los que ya están existentes en el mercado.

Según el análisis de los resultados los porcentajes de mayor impacto en el resultado con respecto a los precios son los siguientes: 13% (15 C\$) 16% (20 C\$) y 11% (30 C\$) por lo tanto, para poder competir debemos tener un precio entre los 15 C\$ y 30 C\$ por paleta de helado, también encontramos que los consumidores compran paletas de helado por lo menos 2 veces a la semana correspondiente al 21% de la población encuestada y una vez por semana correspondiente al 25%, esto quiere decir que es un producto demandado por la población.

En los resultados también encontramos que los sabores preferidos por los consumidores son los siguientes: Fresa (21%), Piña (10%), Banano (10%), Guayaba (8%), Mango (9%), Melón (8%), Manzana (8%) y otros sabores esto indica





que al momento de fabricar las paletas de helado estos sabores debemos de tomarlos muy en cuenta ya que la población prefiere estos sabores.

El 82% de los encuestados dijeron que si estarían de acuerdo con consumir un helado natural sin perseverantes, colorantes y artificial, también Se observó que la mayoría de los encuestados utilizan diversos medios de comunicación, Televisión (28%), Radio (9%), Internet (42%), Periódico (3%) haciendo un total de 82% y el resto dijo que ninguno, como podemos observar el medio que los consumidores más utilizan es el 42% por tanto utilizaremos el internet como medio de comunicación para darnos a conocer e informar a la población acerca de nuestro producto.

## 8. Descripción del producto.

Un producto “es todo aquello que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que además puede satisfacer un deseo o necesidad”

### Especificaciones del producto.

**Frutty Ice** es una paleta de helado elaborada 100% natural. El helado es innovador ya que cuenta con, sabores y proceso de transformación diferente a los de las otras empresas, contiene grandes fuentes de vitaminas, estas paletas estarán compuestas por trozos de frutas las cuales le dan un toque diferente en comparación con las ya existentes en el mercado.

#### 8.1. Propiedades de Frutty Ice.

##### Ancho.

El ancho de la mezcla de producto se refiere al número de líneas de productos existente por lo tanto la empresa **Frutty Ice** es igual a uno, debido a que la empresa únicamente produce paletas de helados de manera natural.

##### Largo.

El largo de una empresa es el número total de productos en la mezcla de la empresa. Por lo tanto el largo de la empresa **Frutty Ice** es de 5. Que son las siguientes:

- paleta de fresa.
- paleta de manzana.
- paleta de frutas mixtas.(Mango, Fresa y Kiwi)
- guayaba.
- paleta de melón.



### Profundidad.

La profundidad de una mezcla de producto es el número total de variaciones por cada producto. **Frutty-Ice** tiene variaciones en su tamaño, sabor y forma. Por lo tanto **Frutty Ice** posee una profundidad de 5. Posee 1 sola forma y 5 sabores diferentes.

### Formas

-paleta rectangular (tradicional)

### Tamaño

-pequeña (10 cm)

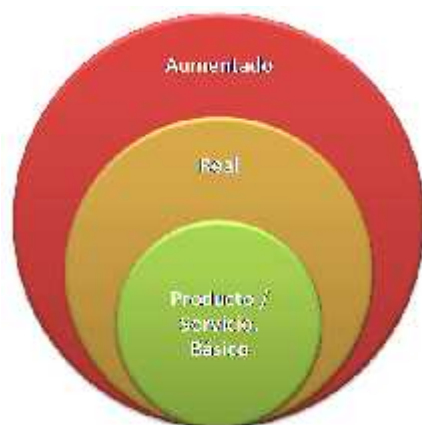


### Consistencia.

La consistencia en la mezcla de producción se refiere a que tan relacionadas están las líneas de productos entre sí. En **Frutty-Ice** solo existe una línea de producto y está muy relacionada con el largo y profundidad de una mezcla de producto ya que comparten la misma necesidad de producción.

## 8.2. Niveles de Producto.

Un producto se define como un satisfactor de necesidades y deseos para cumplir este rol el producto se divide en 3 niveles: producto básico que corresponde al beneficio esencial que cubre la necesidad básica del consumidor, producto (real) los cuales son un conjunto de atributos y condiciones que los consumidores esperan recibir y producto aumentado que sobrepasa las expectativas del consumidor.



**Frutty Ice** consta de niveles:

Básico: Helado Artesanal dirigido a hombres, mujeres y niño de todas la edades con gustos por helados 100% naturales. Producto Esperado (real): El Helado natural que no daña la salud de los



consumidores con químicos. Con mezcla de frutas trituradas 100% naturales.

El Isologo **Frutty Ice** será:



### Componente de la marca

**Nombre o fonotipo:** Frutty Ice se encuentra conformado por las palabras Frutas haladas, tomando en cuenta las característica que una buena marca debe tener, corta, fácil de pronunciar y recordar.

**Isologo:** Tanto el texto como el icónico son un solo elemento que se encuentran unidos entre si y funcionan juntos.

El grafico está compuesto por la imagen de tres paletas coloridas: Una representa la paleta con fruta, el otro representa una forma diferente a la del mercado y la otra una paleta básica. Esto permite que el cliente posicione en su mente Frutty Ice, como un producto de calidad y sano para la salud del consumidor.

**Gama Cromática:** Corresponde a los colores que se utilizan

Color azul representa lo helado y al mismo tiempo transmite frescura, alegría, naturaleza y salud.

Color verde representa la naturaleza, lo arboles y frutas saludables.

Color blanco da una sensación de pureza y limpieza.

Color rojo referencia a frutas del mismo color.

Color amarillo es un color brillante y se asocia con la parte intelectual de la mente.



**Slogan:** Sera “100% naturales” con la cual se expresa una de las principales característica de nuestro Helado Artesanal, es decir la calidad que no daña tu salud al consumirlo.

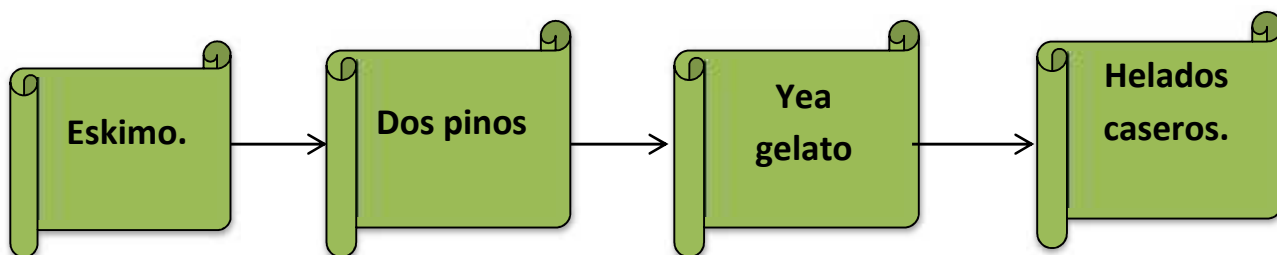
## 9. Análisis de la Competencia.

Para determinar la cantidad de competidores de esta línea de producto se tomó en cuenta los resultados obtenidos de la investigación de mercado aplicada con anterioridad.

Por un lado dentro del estudio realizado se observó que nuestro producto no posee una competencia directa ya que nuestras paletas son en 100% natural fabricado de manera artesanal, por otro lado se observó una aceptación del 98% lo cual nos da una ventaja a la hora de introducirnos dentro del mercado.

Por otro lado pudimos observar también que existen una gran cantidad de productos sustitutos para nuestras paletas artesanales, por lo cual tenemos una gran cantidad de competidores indirectos con marcas ya posicionadas.

### Competidores indirectos:



Tomando en cuenta los resultados anteriormente expresados concluimos que la rivalidad entre los competidores es media ya que directamente no tenemos competencia alguna, por otro lado indirectamente si tenemos competencia con marcas muy posicionadas en el mercado.



## **10. Objetivos Plan de Mercado.**

### **10.1. Objetivo General.**

- Realizar un plan de mercadeo para la introducción exitosamente de nuestros productos en los distintos sectores del departamento de Managua para lograr altos niveles de rentabilidad.

### **10.2. Objetivos Específicos.**

- Establecer estrategias de precios para incrementar las ventas y obtener rentabilidad económica.
- Diseñar promociones para obtener una cuota de mercado que nos genere Rentabilidad Financiera.

## **11. Descripción de Mercado Meta.**

En base al estudio nuestro producto está dirigido a todo el público en general, personas adultas, personas de la tercera edad o personas que deseen consumir nuestro producto pero que deseen consumir algo nutritivo y saludable, libre de endulzantes artificiales o calorías que dañen su salud o condición física, también hacia los niños que en lugar de consumir helados artificiales, sus padres tienen la opción de comprarles un producto saludable, nutritivo además de refrescante, El segmento de mercado estará conformado mayormente con por productores entre las edades de 10 a 50 años en adelante.

## **12. Demanda y Participación de Mercado.**

La investigación de la Demanda se hizo de acuerdo a la investigación de mercado realizada para la elaboración del plan de Negocios, en la siguiente tabla se encuentra la demanda aproximada de paletas de helado por año.



Demanda de Paletas de Helado en Unidades					
Localidad: Puerto Salvador Allende Managua	Total de personas que visitan el puerto por mes	frecuencia	% aceptación de paletas de helado	Población demandante	Demanda anual de paletas de helado
Paletas de Helado	226,000	1 vez al mes	98.8%	223,288	2,679,456

Según un estudio de la empresa Portuaria Nacional se estima que al mes 226,000 personas visitan el puerto Salvador Allende, de esta cantidad de personas que usualmente concurren a este centro turístico, asumiendo que estas personas visiten este centro turístico con un aproximado de una vez al mes, luego multiplicándolo por el 98.8% (valor de aceptación de paletas de helado), calculando así la población demandante por mes (223,288), esta cantidad se multiplica por los 12 meses para sacar un cálculo de la demanda anual de paletas de Helado (2,679,546).

#### Demanda Anual de Unidades

Localidad: Puerto Salvador Allende Managua	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paletas	2,679,456	2,797,352.06	2,920,435.56	3,049,334.73	3,183,505.46

Para calcular la demanda total de paletas de helado, por un aproximado de 5 años, se utilizó el valor del 4.4% lo que representa el incremento del turismo en Nicaragua, utilizamos este valor a ya que el puerto Salvador Allende, lugar dónde estará nuestro



negocio es un lugar altamente atractivo para los turistas nacionales como extranjeros, multiplicamos la demanda anual por este valor, para calcular la demanda por año.

### **PARTICIPACION DE MERCADO**

La participación de mercado de FRUTICE está determinada por el número de competidores, el tamaño del sector y las características del producto que se pretende ofrecer. Según lo anteriormente mencionado, se determina una participación del 2% para el puerto Salvador Allende. Dado que existen muchas empresas grandes e industriales que cubren la misma necesidad, pero con un producto similar y también muchos productos sustitutos.

Así también, este porcentaje se tomó considerando las características del sector, donde se encontró que existen muchos competidores, nuestra empresa en pequeña y se multiplico con la demanda anual del primer año.

<b>LUGAR</b>	<b>TOTAL DEMANDA EN UNIDADES</b>	<b>% PARTICIPACION EN EL MERCADO</b>	<b>PARTICIPACION EN EL MERCADO EN UNIDADES</b>
<b>PUERTO SALVADOR ALLENDE</b>	2,679,456	<b>2%</b>	53,590 Unidades al año.



## Demanda Anual Proyectada

### “FRUTICE”

La participación que se tendrá en nuestro producto ofrecido permanecerá constante. Sin embargo, la demanda anual de mercado aumentará un 4.4% que representa el incremento del turismo en Nicaragua, utilizamos este valor a ya que el puerto Salvador Allende, lugar dónde estará nuestro negocio es un lugar altamente atractivo para los turistas nacionales como extranjeros, en la siguiente tabla se muestra la participación de mercado que FRUTICE tendrá en los primeros cinco años.

Localidad: Puerto Salvador Allende -Managua	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paletas de Helado	53,590	55,948	58,410	60,980	63,663

## 13. Precio de Venta

El precio de nuestra paleta artesanal tiene un supuesto de 30 córdobas ya que actualmente el consumidor paga alrededor de 20 a 50 córdobas (en estos precios se incluyen los de la competencia) por un helado tradicional, en vista de que los precios oscilaban entre esos valores, decidimos calcular un promedio gracias a los resultados de nuestras encuestas, En la tabla a continuación se encuentran los precios estimados con y sin el impuesto al valor agregado, el precio se muestra en Dólares Americanos, para calcular el estimado del precio de los siguientes años, lo calculamos en base al valor de la inflación, que según estadísticas internacionales es el 5%.

PRECIO CON IVA					
Producto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PALETAS DE HELADO	\$ 1.16	\$ 1.23	\$ 1.30	\$ 1.37	\$ 1.45





PRECIO SIN IVA					
Producto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PALETAS DE HELADO	\$ 1.005	\$ 1.06	\$ 1.12	\$ 1.19	\$ 1.25

A partir del segundo año, los precios únicamente presentarán un aumento debido a la inflación de 5%, según estadísticas macroeconómicas de organismos financieros internacionales.

#### 14. Proyecciones de Ventas

Para el estimado de las ventas, únicamente se procedió a multiplicar las unidades proyectadas, según la participación de mercado, por su precio sin IVA, dando como resultado las ventas estimadas para los primeros cinco años de operación.

En la tabla a continuación tenemos el estimado de ventas durante los siguientes cinco años de operación:

ESTIMADO DE VENTAS					
Producto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PALETAS DE HELADO	\$ 13,466.00	\$ 14,828.34	\$ 16,356.48	\$ 18,143.93	\$ 19,896.25

#### 15. Estrategia de Marketing

##### 15.1. Estrategia de posicionamiento.

La estrategia de posicionamiento que la empresa adoptara para dominar sobre la competencia será, la buena calidad y su sabor. Lo cual permitirá a la empresa alcanzar el posicionamiento deseado.

Debido a que el producto es innovador, natural, se pretende ingresar al mercado con una fuerte promoción, realizaremos degustaciones y precios de lanzamientos muy favorables para que conozcan la calidad de nuestro producto.

El crecimiento de la empresa nos permitirá hacer adaptaciones a la calidad basadas en los gustos y preferencia de los clientes.

También se pretende que en los primeros años de introducción, **Frutty Ice** comercialice sus paletas de helados a un precio accesible al pagado en el mercado.



Esta posición del producto dentro del mercado se ha determinado teniendo en cuenta como los consumidores definen el producto de acuerdo con los atributos que este tiene.

## 15.2. Estrategia de segmentación de mercado.

El segmento de mercado que la empresa **Frutty Ice** quiere perseguir con nuestro producto es tanto el de los niños, adulto y jóvenes. En ellos vemos la posibilidad de innovar con las cualidades propuestas ya que buscan productos más nuevos, naturales, novedosos que sean muy llamativos por sus colores y texturas, que quieran alimentarse con productos sanos con el objetivo de atraer nuevos mercados.

## 16. Plan de Acción de la Empresa Frutty Ice.

### 16.1. Estrategia de Producto:

Es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor. En este sentido, el producto trasciende su propia condición física e incluye lo que el consumidor percibe en el momento de la compra (atributos simbólicos, psicológicos, etc.)

- Ofrecer al mercado un producto 100% natural que satisfaga la necesidad del gusto o sed.
- Mantener de una variedad de helados que satisfaga los diferentes gustos del consumidor.
- De esta manera buscamos como satisfacer las exigencias del consumidor a la hora adquirir el producto.

### 16.2. Estrategia de Precio

Tabla de precios de la competencia	
Productos	Precios
paletas eskimo	C\$ 15
Paletas caseras	C\$ 15



Paletas gelato	C\$ 60
Paletas dos pinos	C\$ 35

El **precio** es el valor en dinero en que se estima el costo de algo, sea un producto, bien o servicio empleadas para en la compra-venta de bienes y mercancías.

El precio que fijaremos por nuestro producto va depender mucho de la situación actual del mercado ya que existen muchas empresas con producto sustitutas con marcas muy posicionadas, ya que para nosotros es muy importante introducir un precio accesible para obtener posicionamiento. Por cual el precio de nuestra paleta artesanal tendrá el valor aproximado entre 30 a 60 córdobas.

### 16.3. Estrategia de Promoción.

Las estrategias de promoción nos ayudaran a incrementar la percepción positiva hacia la marca. pero muchas veces la clave no está en el precio, ni en el producto en sí, sino en saber sorprender a través de una estrategia creativa adecuada al público al que nos dirigimos y también saber sorprender a través de una estrategia de ubicación de los materiales de comunicación en el punto de venta.

- Brindar información sobre la importancia de consumir helados artesanales naturales.
- Buscar la participación de nuestra empresa en eventos o ferias nacionales.
- Realizar un plan de publicidad para promocionar nuestro producto en diferentes medios publicitarios.

#### 16.3.1. Presupuesto de Mercado.

**Presupuesto de actividades. Tomando en cuenta el 5% de inflación.**

	actividades	Precio	Cantidad	Tiempo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Mantas.	\$ 40	4	1 mes	\$ 160	\$ 168	\$ 176	\$ 184	\$ 193



2	Flyer	\$ 0.10	100	2 horas	\$100	\$ 105	\$ 110	\$ 111	\$117
3	Muestra del producto	\$0.50	200	2 horas	\$100	\$ 105	\$ 110	\$ 111	\$117
4	Muestra del producto	\$ 0.10	200	2 horas	\$200	\$ 210	\$ 221	\$ 232	\$243
5	Total	.....	.....		\$560	\$ 588	\$617	\$638	\$670

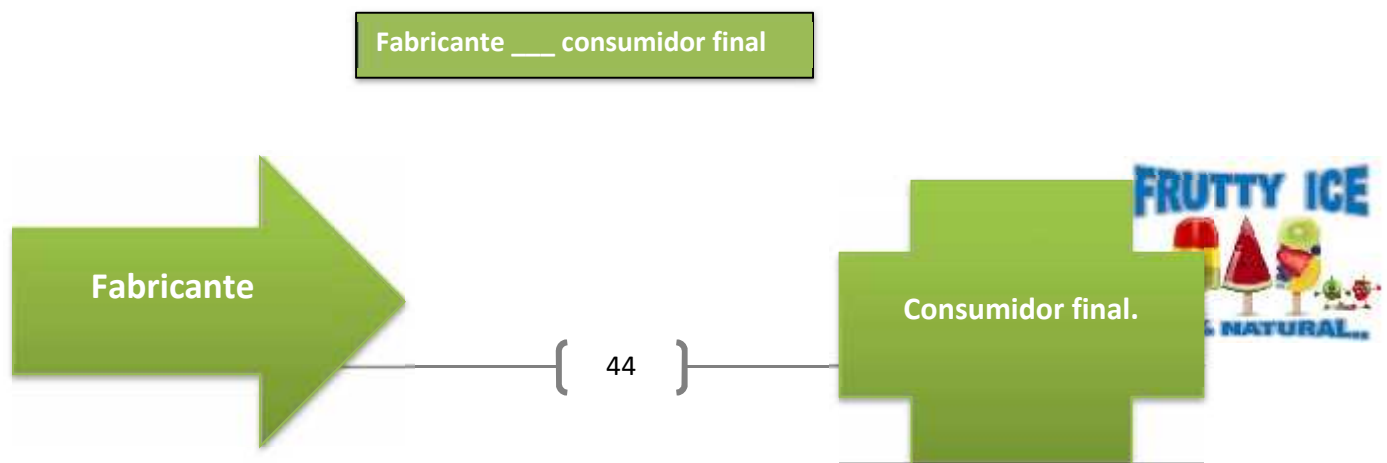
### Observaciones.

- 1) Las mantas que se realizarán serán instaladas en los siguientes lugares.
  - Costado norte de metrocentro.
  - Avenida Bolívar frente a la gasolinera Puma.
  - Semáforos de Ciudad Jardín.
  - Carretera a Masaya frente a Movistar.
- 2) Para la entrega de los Flyer se contratarán dos edecanes los cuales distribuirán nuestra publicidad en la entrada del Puerto Salvador Allende.
- 3) Se realizará degustación de nuestras paletas en las instalaciones del kiosco de venta en el Puerto Salvador Allende.

### 16.4. Estrategia de Distribución.

Nuestro negocio se ubicará en la instalación del Puerto Salvador Allende, por un lado dentro de nuestro punto de venta solo comercializaremos nuestro producto al consumidor.

#### Tipo de distribución.



+

Según los datos arrojados por nuestras encuestas el consumidor prefiere adquirir esta paleta en parques o centros recreativos el cual nos permite obtener una ventaja a la hora de realizar la venta.

## **17. Plan de Producción.**

### **17.1. Cursograma de Producción.**

En la siguiente tabla se muestra las actividades para la elaboración de las paletas de frutas, por tanto, si uno de estos procesos falla causaría el atraso de alguna de estas actividades.



Actividades	Herramientas	●	➡	◐	■	▼	Cargo	Tiempo
Compra de materia prima	Veiculo		●				Jefe de logistica	.
Almacenamiento de materia prima	Carretilla		●				Recolector	.
Traslado al area de produccion	Carretilla		●				Recolector	.
Pelar las frutas	Cuchillo	●					Cocina	5 minutos
Cortar la frutas en rodajas finas	Cuchillo	●					Cocina	5 minutos
Agregar las frutas a la licuadora	Tenazas	●					Cocina	30 segundos
Agregar liquido	Pichel	●					Cocina	10 segundos
Agregar azucar	Cucharas medidoras	●					Cocina	5 segundos
Licuar	Licuadora	●					Cocina	20 segundos
Verificar sabor y consistencia	Cuchara					●	Jefe de produccion	10 segundos
Agregar el jugo licuado a los moldes	Pichel	●					Cocina	40 segundos
Colocar los palillos de helado	.	●					Cocina	20 segundos
Colocar los moldes por 1 horas en la mantenedora	Bandejas			●			Cocina	1 hora
Sacar las paletas y empaquetarlas	Carretilla	●					Cocina	2 minutos
Almacen de las paletas.	Carretilla					●	Recolector y jefe de logistica	2 minutos
Tiempo total de elaboracion							1hr y 16 minutos con 15 segundos	

## Descripción del Proceso de Producción

**Compra de Materia Prima:** Primeramente se procederá a la compra de materia prima necesaria para la elaboración de las paletas. Esta se realizara en el mercado Mayoreo donde las frutas son frescas y 100% naturales.

**Almacenamiento de materia prima:** Se seleccionara la materia prima que se tiene que mantener en refrigeración y se colocara en el cuarto frio. La otra materia prima tales como los palillos de helados se guardaran en bodega.

**Preparación de la Paleta:** Llevamos nuestra materia prima al área de producción y procedemos a pelar y cortas las frutas en rodajas finas, se cola la fruta en la licuadora y se le agrega el líquido (jugo de naranja, agua



de coco, leche, yogurt, agua, etc.) este varía según el sabor de la paleta, luego agregamos un poco de azúcar ya que las frutas llevan azúcar natural. Se licua todo y se inspecciona el sabor y consistencia, para darle calidad al producto. El jugo final se coloca en los moldes de helado y se pone a refrigerar 3 horas.



















**Empaque:** Una vez congelada nuestra paleta de helado, se le coloca su empaque el cual ya lleva el registro fitosanitario, la tabla de nutrición y los ingredientes. Por ultimo pasa por control de calidad para verificar que todos vayan iguales.

**Almacenamiento en Cuarto Frio:** Una vez terminado con el empaque se lleva el producto al cuarto frio, donde permanecerá hasta que se lleve a la heladería.

#### 17.1.2. Cursograma de Servicio.

En la tabla anterior se desarrollan las actividades que se realizaran en cada uno de los procesos, así que si una de estas actividades falla provocara el atraso y se dará una mala atención lo que eso se traduce a menos ventas.



Actividades	Herramientas					Cargo	Tiempo
Llegada del cliente al establecimiento	N/A					Despachadora	2 minutos
Bienvenida al cliente	N/A					Despachadora	10 segundos
Presentación de los sabores y colores de las paletas de helado	Mostrador					Despachadora	20 segundos
Se pregunta al cliente el sabor que desea	Mostrador					Despachadora	5 segundos
El cliente decide que sabor desea consumir	N/A					Despachadora	2 minutos
el cliente le dice a la despachadora el sabor que desea	Mostrador					Despachadora	3 segundos
La despachadora le dice al cliente que pase a caja	N/A					Despachadora /cajera	3 segundos
La cajera procede a la Facturación	Caja registradora					Cajera	35 segundos
Entrega de factura al cliente	Factura comercial					Cajera	3 segundos
El cliente verifica que su factura este correcta	N/A					Cajera	5 segundos
La cajera le indica al cliente que pase al mostrador dónde está la despachadora para que le entreguen su helado	N/A					Cajera	4 segundos
se le entrega la paleta de helado al cliente	N/A					Despachadora	6 segundos
El cliente verifica que el producto este en correcto estado	N/A					Despachadora	30 segundos
El cliente se retira del local si esta satisfecho de su helado	N/A					Despachadora	1 minuto
Tiempo total							6 minutos y 29 segundos





## 17.2. Activos fijos.

A continuación, mostramos en la siguiente tabla los costos de activos fijos de Frutty-Ice, se muestra el monto total de los activos fijos que la empresa requiere para iniciar operaciones.

CONCEPTO	COSTO
producción	\$355.8
equipo de oficina	\$3,410
<b>Total</b>	<b>\$ 3765.8</b>

A continuación, en las siguientes tablas se presentan los detalles de cada uno de los activos fijos que serán necesarios en FRUTTY-ICE.

### Vehículo

CONCEPTO	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camión Chevrolet	1	\$5,000	\$5,000
<b>Total equipo de transporte</b>			<b>\$5,000</b>

### Equipo de producción.

CONCEPTO	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mantenedora	3	\$600	\$1,800
Licuada	5	\$45.16	\$255.8
Balde 25 ltr	7	\$7	\$49
Set de cuchillo	1	\$5.66	\$5.66
Cuchara medidora	6	\$1	\$6
Moldes de helado	6	\$5	\$30
Pana grande	12	\$2	\$24
Tabla para picar	4	\$4	\$8
Mesa industrial	1	\$80	\$80
Silla	3	\$6	\$18
Aire acondicionado	1	\$350	\$350
<b>Total equipo de produccion</b>			<b>\$2,626.46</b>



## EQUIPO DE OFICINA.

CONCEPTO	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Aire acondicionado pioner 12btu	1	\$750	\$750
Computadora escritorio	5	\$440	\$2,200
Teléfono	5	\$20	\$100
Impresora	1	\$80	\$80
Escritorio	5	\$120	\$600
Silla de escritorio	5	\$80	\$400
Silla sala de espera	6	\$15	\$90
<b>TOTAL EQUIPO DE OFICINA</b>			<b>\$3800</b>

### 17.3. Vida útil de los Activos Fijos.

Concepto	valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5	total
Equipo de producción	1,529	1,529	1,529	1,019	1,019	1,019	6,115
Equipo de oficina	302.9	302.9	302.9	175	175	175	1,130.8
Equipo de Venta	139	139	139	64	64	64	470
<b>Total</b>	<b>1,970.9</b>	<b>1,970.9</b>	<b>1,970.9</b>	<b>1,258</b>	<b>1,258</b>	<b>1,258</b>	<b>7,715.8</b>

### 17.4. Términos y condiciones de la Compra de Equipo, Mantenimiento y Reparaciones.

La adquisición del equipo de producción y oficina serán adquiridos en la ciudad de Managua destacando la gran cantidad de proveedores que tenemos de elegir:

- Wal-Mart.
- El gallo más gallo.
- El verdugo.
- Copasa.
- Almacenes tropigas
- La Curacao.

Cabe destacar que la forma de pago para la adquisición de la misma será de contado a la vez a entrega del producto es de manera inmediata.



## 17.5. Capacidad Planificada y Futura

### 17.5.1. Capacidad Planificada

La capacidad planificada de Frutty ice considerando el tamaño de las instalaciones de nuestra planta de producción que será de 600mts, dicha planta de producción contara con una mesa industrial de

3 metros de largo x 1 de ancho en donde nuestros colaboradores realizaran el debido proceso de elaboración de las paletas.

#### Capacidad Planificada

Tamaño de los moldes	Cantidad producida por molde	Cantidad de moldes	Cantidad producida mensual	Cantidad producida anual.
50 x 50 cm	6 unidades	744	4,466 paletas	53,592 paletas

Para la obtención de la cantidad de moldes que necesitaremos para capacidad planificada precedimos a la división de nuestra cantidad a producir mensualmente que son 4, 466 paletas entre la cantidad de paletas que produce cada molde que son 6 esos no arroja como resultado los 744 moldes a necesitar.

### 17.5.2. Capacidad Futura.

Se planifica que un aumento en la capacidad futura en los primeros 5 años debido al alto índice de demanda y poca competencia directa.

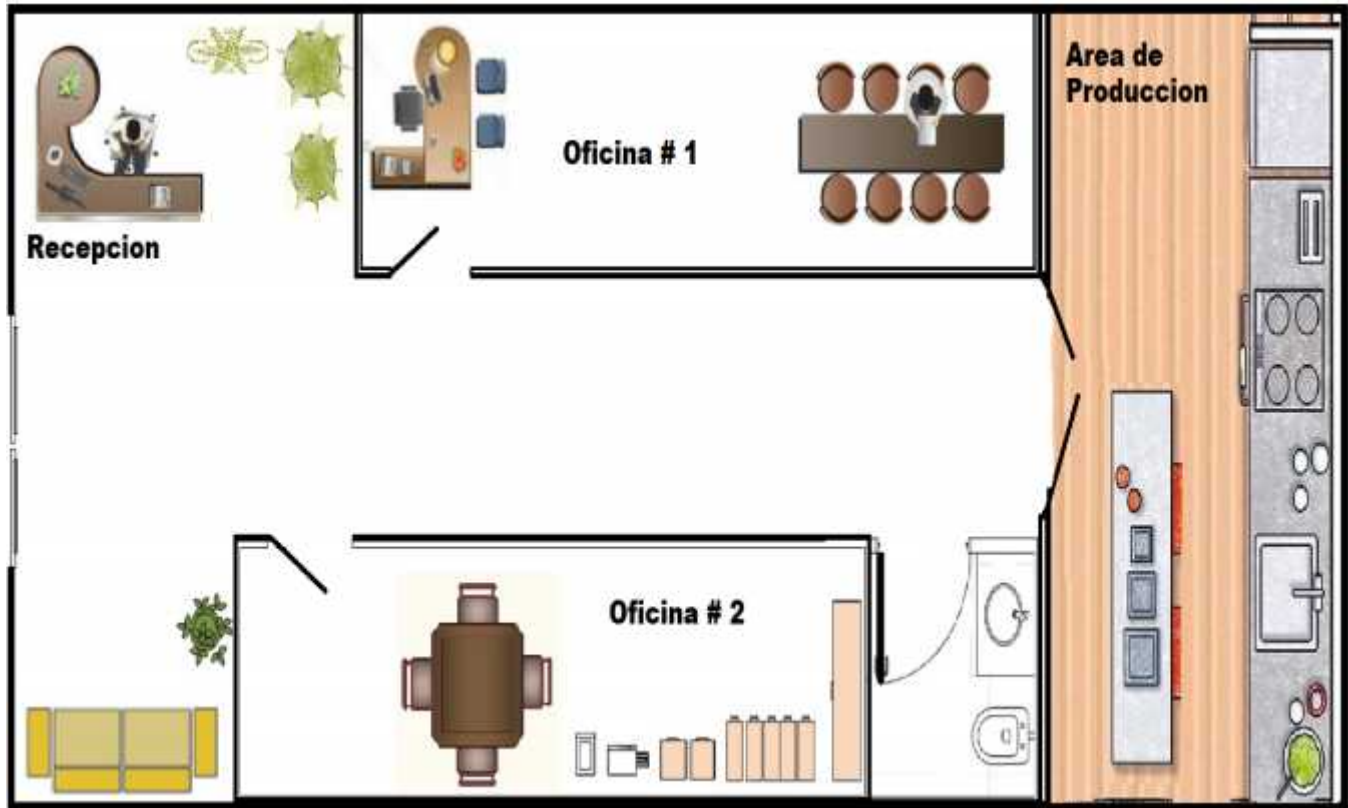
#### Eficiencia de Capacidad Futura

Año	Producción anual	Demanda anual	Eficiencia	Capacidad ociosa
1	53,590	223,288	42%	58%
2	55,948	227,754	41%	59%
3	58,410	232,310	40%	60%
4	60,980	236,956	39%	61%
5	63,663	241,695	38%	62%

Se puede observar que al incrementar las ventas cada año hay un pequeño declive en la eficiencia de las ventas cada año.



### 17.5.3. Ubicación y Diseño de la Planta



## 17.6. Materia prima Necesaria y Costo de la Materia Prima.

En las siguientes tablas se muestran los costos totales de la materia prima de cada sabor que se comercializara en FRUTTY ICE.

### Costo Materia Prima Paleta de Guayaba

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Precios Unitarios C\$	Costo Total C\$	Costo total en \$
Guayaba	Unidad	1 1/2	5.00	C\$ 7.5	\$ 0.5
Agua	Mililitros	60	0.10	C\$ 6	\$ 0.2
Azúcar	Gramos	6	0.10	C\$ 0.6	\$ 0.02
<b>Costo Total Unitario</b>				<b>C\$ 14.1</b>	<b>\$ 0.47</b>

### Costo Materia Prima Paleta de Fresa

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Precios Unitarios C\$	Costo Total C\$	Costo total en \$
Fresa	Unidad	2	3.50	C\$ 7	\$0.2
Azúcar	Gramos	6	0.10	C\$ 0.6	\$ 0.02
Yogurt	Mililitros	60	0.15	C\$ 9	\$ 0.3
<b>Costo Total Unitario</b>				<b>C\$ 16.6</b>	<b>\$ 0.55</b>

### Costo Materia prima Paleta de Manzana

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Precios Unitarios C\$	Costo total C\$	Costo total en \$
Manzana	Unidad	1	6	C\$ 6	\$ 0.2
Agua	Mililitros	20	0.10	C\$ 2	\$ 0.066
Yogurt	Mililitros	40	0.15	C\$ 6	\$ 0.2
Azúcar	Gramos	6	0.10	C\$ 0.6	\$ 0.02
<b>Costo Total Unitario</b>				<b>C\$ 14.6</b>	<b>\$ 0.49</b>



### Costo Materia Prima Paleta de Melón

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Precios Unitarios C\$	Costo total C\$	Costo total en \$
Melón	Onzas	4	1.25	C\$ 5	\$ 0.16
Jugo de naranja	Mililitros	40	0.15	C\$ 6	\$ 0.2
Agua	Mililitros	20	0.10	C\$ 2	\$0.066
Azúcar	Gramos	6	0.10	C\$ 0.6	\$ 0.02
<b>Costo Total Unitario</b>				<b>C\$ 13.6</b>	<b>\$ 0.45</b>

### Costo Materia Prima Paleta Mixta (Fresa, KIWI, Mango)

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Precios Unitarios C\$	Costo Total C\$	Costo total en \$
Kiwi	Unidad	1	3	C\$ 3	\$ 0.10
Fresa	Unidad	1	3.50	C\$ 3.5	\$ 0.12
Mango	Unidad	1	2	C\$ 2	\$0.066
Azúcar	Gramos	6	0.10	C\$ 0.6	\$ 0.02
Agua de coco	Mililitros	60	0.15	C\$ 9	\$ 0.3
<b>Costo Total Unitario</b>				<b>C\$ 18.1</b>	<b>0.60</b>



### 17.7. Disponibilidad de Materia Prima, Fuente y precios.

Frutty Ice utilizara los insumos necesarios para la elaboración de paleta artesanal tales como frutas naturales, agua, agua de coco y jugo de naranja. Dichos insumos están disponibles en todo el año al igual que los insumos secundarios.

Las el agua de coco y jugo de naranja estarán disponibles en los mercados de Managua con previa alianza y las frutas naturales nuestro proveedores serán del municipio de la concha, donde la fruta es más económica.

### 17.8. Mano de Obra Directa Indirecta.

**Frutty Ice** empleara a 8 colaboradores, los cuales no tendrán ningún aumento en los próximos 5 años. 2 de ellos serán parte de mano de obra directa. Y 6 de gastos de administración y ventas.

#### 17.8.1. Mano de Obra Directa.

La Mano de Obra Directa es la fuerza de trabajo empleada para producir o transformar la materia prima en un bien final.

En la siguiente tabla se muestra los costos de mano de obra directa en concepto de salario proyectados para los próximos 5 años.

**Mano de Obra Directa**

Puesto	Cantidad	Salario Mensual	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operador 1	1	\$200	\$2,400	\$2,616	\$2,851.44	\$3,108.12	\$3,387.84
Operador 2	1	\$200	\$2,400	\$2,616	\$2,851.44	\$3,108.12	\$3,387.84
Total	3	\$400	\$4,800	\$5,232	\$5,702.88	\$6,216.24	\$6,775.68



### 17.8.2. Mano de Obra Indirecta.

La mano de obra indirecta es aquella que no participa directamente en la transformación de la materia prima.

Frutty Ice no cuenta con mano de obra indirecta ya que estas están en los gastos de administración y ventas. Adjuntamos la planilla general detallada.

Gerente General	1	\$250	\$3,000	\$3,270	\$3,564.36	\$3,885.12	\$4,234.8
Gerente de marketing	1	\$200	\$2,400	\$2,616	\$2,851.44	\$3,108.12	\$3,387.84
Asistente General	1	\$200	\$2,400	\$2,616	\$2,851.44	\$3,108.12	\$3,387.84
Vendedor #1	1	\$200	\$2,400	\$2,616	\$2,851.44	\$3,108.12	\$3,387.84
Operador #1	1	\$200	\$2,400	\$2,616	\$2,851.44	\$3,108.12	\$3,387.84
Operador #2	1	\$200	\$2,400	\$2,616	\$2,851.44	\$3,108.12	\$3,387.84
Afanadora	1	\$167	\$2,004	\$2,184.36	\$2,380.92	\$2,595.24	\$2,828.76
Vigilancia	1	\$167	\$2,004	\$2,184.36	\$2,380.92	\$2,595.24	\$2,828.76
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>\$1584</b>	<b>\$ 19,008.00</b>	<b>\$20,718.72</b>	<b>\$22,583.40</b>	<b>\$24,615.91</b>	<b>\$26,381.34</b>

#### Total Mano de Obra

conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Total pago de planilla de ventas y administración</b>	\$19,008.00	\$20,718.72	\$22,583.40	\$24,615.91	\$26,381.34
<b>Total MODq</b>	\$4,800	\$5,232.00	\$5,702.88	\$6,216.24	\$6,775.68
<b>TOTAL</b>	<b>23,808</b>	<b>25,950.72</b>	<b>28,286.28</b>	<b>30,832.15</b>	<b>33,157.02</b>





### 17.9. Gastos Generales de la Empresa

#### Gastos generales.

conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Presupuesto de mercadeo	\$560	\$588	\$617	\$638	\$670
Servicio básicos	\$2,520	\$2,520	2,520	2,520	\$2,520
Combustibles	\$1000	\$1050	\$1102.50	\$1158	\$1228
Gastos de oficina	\$3800	\$3,990	\$4,189.5	\$4,399	\$4,619
Gastos de limpieza	\$360.08	\$379	\$398	\$418	\$439
Herramientas y suministros	\$56	\$59	\$62	\$65.1	\$69
Matricula Alcaldía 2%	\$6.67	\$6.67	\$6.67	\$6.67	\$6.67
Depreciación	\$2,211.16	\$2,211.16	\$2,211.16	\$2,211.16	\$2,211.16
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>\$11,193.91</b>	<b>\$11,533.83</b>	<b>\$11,999.83</b>	<b>\$12,482.93</b>	<b>\$13,010.23</b>
<b>TOTAL GASTOS GENERALES MENOS</b>	<b>\$8,982.75</b>	<b>\$9,322.67</b>	<b>\$9,788.67</b>	<b>\$10,271.77</b>	<b>\$10,799.07</b>



**Gastos de servicios básicos Año 1.**

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	\$40	\$480
Electricidad	\$100	\$1,200
Teléfono	\$30	\$360
Internet	\$40	\$480
<b>TOTALSERVICIO BASICO</b>	<b>\$266.65</b>	<b>\$2,520</b>

Concepto	Cantidad	Precio unitario \$	Total Anual
Libretas	10	3	30
Sellos	2	40	80
Facturas membretadas	6 blogs	20	120
Cajas de folder	100 unidades	2	200
Grapas	2 cajas	30	60
Lapiceros	1 fardo	110	110
Resaltador	1 fardo	150	150
Saca grapas	4	1	4
correctores	1 fardo	100	100
Hojas blancas	2 bultos	73	146
Total			\$ 1,000.00

**Gastos de  
oficina Año 1**



### Gastos de materiales de limpieza.

A continuación mostramos en la siguiente tabla los gastos de materiales de limpieza año 1.

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL ANUAL
Bolsa para basura grande(100 uni)	10	\$9	\$90
Alcohol puro (galón)	10	\$13	\$130
Cloro (galón)	12	\$3	\$36
Escoba	6	\$1.50	\$9
Jabón para lavar trastes	20	\$0.50	10
Detergente (500gr)	12	\$3.50	\$10.50
Palo de Lampazo	2	\$3	\$6
Mecha para lampazo	6	\$2	\$12
Pala plástica	4	\$1.70	6.80
Papelera grande	2	\$5	\$10
Paste para lavar traste	12	\$0.50	\$6
Papel toalla	24	\$1	\$24



Papel higiénico (12 rollos)	3	\$3.26	\$9.78
<b>TOTAL</b>			<b>\$360.08</b>

### Herramientas y suministros de producción

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNNITARIO	TOTAL
Guantes (100 u)	4	\$3	\$12
Mandil	4	\$2	\$8
Gorro para el cabello	4	\$1.50	6
Mascarilla	60	\$0.50	\$30
<b>TOTAL</b>			<b>\$56</b>



## 17.10. Presupuesto de Venta.

Presupuesto de Ventas						
Cifras en dólares						
Producto	Años					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Paleta de Fresa</b>	10718	11190	11682	12196	12733	58,519
<b>Precio</b>	1.67	1.89	1.91	1.94	1.98	1.88
<b>Ingresos U\$</b>	17918.75	21146.04	22352.47	23623.65	25175.92	110,216.83
<b>Paleta de Manzana</b>	10718	11190	11682	12196	12733	58,519.00
<b>Precio</b>	1.59	1.80	1.83	1.85	1.89	1.80
<b>Ingresos U\$</b>	16989.85	20176.24	21340.03	22566.66	24072.39	105,145.18
<b>Frutas Mixtas</b>	10718	11190	11682	12196	12733	58,519.00
<b>Precio</b>	1.74	1.95	1.98	2.00	2.04	1.95
<b>Ingresos U\$</b>	18615.42	21873.39	23111.80	24416.39	26003.56	114,020.56
<b>Paleta de Guayaba</b>	10718	11190	11682	12196	12733	58,519.00
<b>Precio</b>	1.56	1.78	1.81	1.83	1.87	1.78
<b>Ingresos U\$</b>	16757.63	19933.79	21086.92	22302.42	23796.51	103,877.27
<b>Paleta de Melon</b>	10718	11190	11682	12196	12733	58,519
<b>Precio</b>	1.54	1.76	1.78	1.81	1.85	1.75
<b>Ingresos U\$</b>	16525.40691	19691.34	20833.81	22038.17	23520.63	102609.36
<b>Total Ingresos U\$</b>	86807.05	102820.79	108725.04	114947.30	122569.01	535,869.19



## 18. PLAN DE ORGANIZACIÓN

### 18.1. Forma de la Empresa

Frutty Ice es una empresa de paletas de helado artesanales. Formada por la Iniciativa de sus socios: Darling Tellería, Gislehi Carrión, Mario Alejandro Mayorga y Kelvin Morales Ocon siendo está constituida bajo el tipo de sociedad mercantil llamada: sociedad anónima, teniendo como objetivo ejercer en funcionamiento nuestra idea innovadora que fue creada, pensando en la innovación de un producto ya existente en el mercado, que sobresalga por su diferenciación y originalidad, esta idea será financiada aportando capital social por cada uno de los socios.

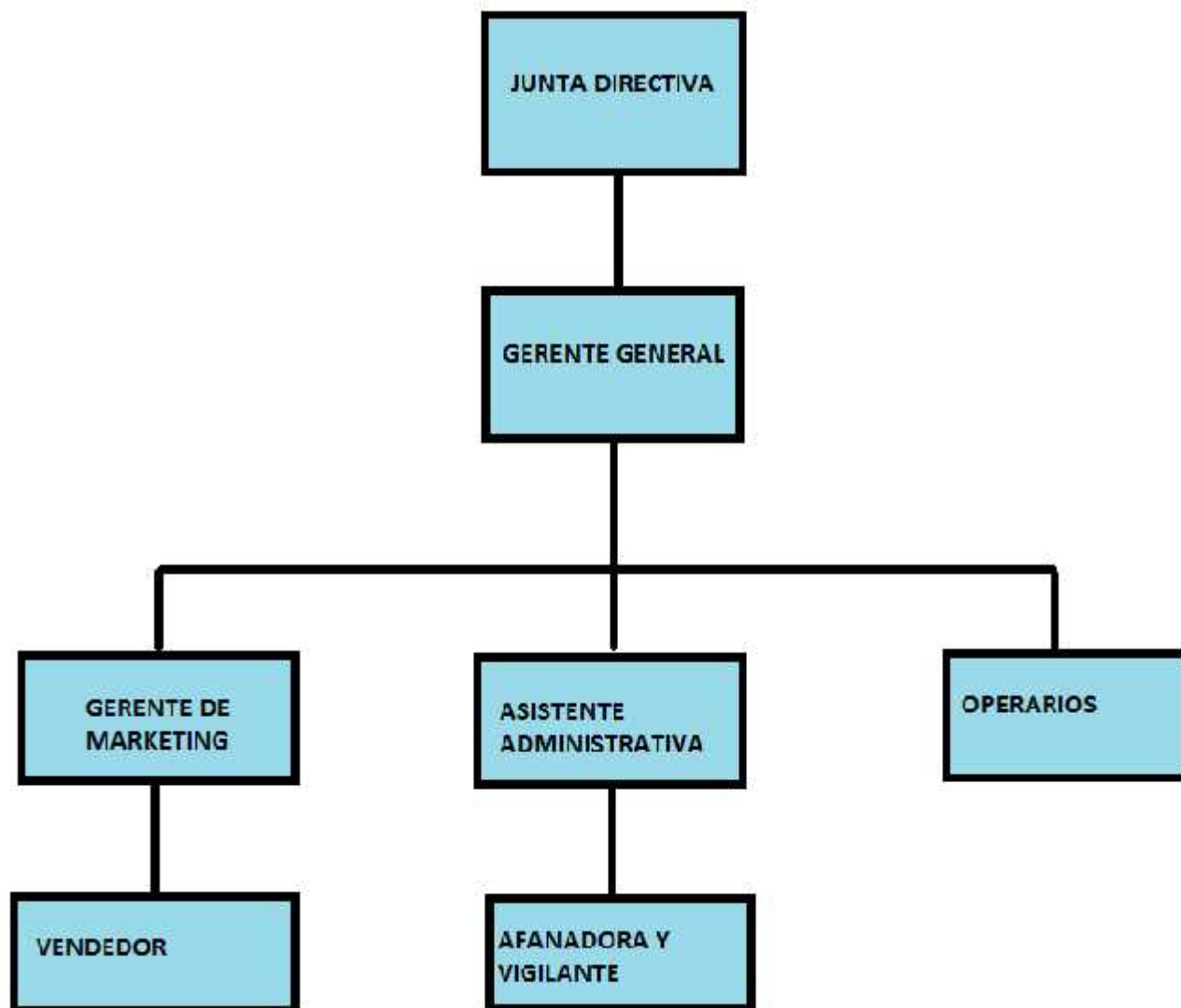
La organización tomará en cuenta las respectivas medidas administrativas y tributarias conforme lo establezca la ley, de igual manera se inscribirá una estructura publica de constitución de sociedad y los estatutos en el registro mercantil correspondiente, Decidimos elegir Sociedad Anónima porque consideramos que, al momento de crear la empresa, es más fácil social participación en el capital social a través de títulos o acciones. Las acciones pueden diferenciarse entre sí por su distinto valor nominal o por los diferentes privilegios vinculados a éstas, como por ejemplo la obtención de un dividendo. También escogimos este tipo de sociedad mercantil debido a que esta no exige que los accionistas o socios respondan con el patrimonio de los socios, deudas hacia los acreedores.

### 18.2. Estructura Organizacional.

El organigrama dela empresa Frutty Ice será lineal funcional, es de tipo lineal ya que la autoridad y responsabilidad se transmitirá a través de un sólo jefe por cada función en especial, de carácter funcional porque conservaremos la especialización de cada actividad en una función.

Este organigrama nos permite tener una mayor visualización sobre las diferentes áreas con la cual la empresa Frutty Ice cuenta, a la vez nos permite saber las funciones y tareas que cada una realizaran para el debido funcionamiento de la empresa.





### 18.3. Actividades y Gastos Pre operativos.

En las tablas siguientes se muestran las actividades Pre Operativas de **Frutty-ice** que se realizaran antes de iniciar operaciones detallando la duración.

#### Actividades pre-operativas.

ACTIVIDADES	DURACION
Elaboración del plan de negocio	11 semanas
Constitución de la empresa y Disposiciones legales	4 semanas
Contactar proveedores	2 semanas
Aprobación de financiamiento	3 semanas
Compra de activo fijo	2semanas
Acondicionamiento del local	2 semanas
Reclutamiento del personal	2 semanas
Capacitación del personal	1 semana

En la siguiente tabla se muestran las actividades Pre Operativas de **Frutty-Ice** que se realizaran antes de iniciar operaciones detallando sus costos para cada una, cabe recalcar que El plan de negocio será elaborado por los socios, por lo tanto los gastos a incurrir son en concepto de transporte, impresiones y fotocopias. La constitución legal de la empresa incluye inscripción al registro mercantil, constancia de matrícula del negocio, registro en la DGI, registro de marca, registro sanitario y la afiliación al INSS.





## Gastos Pre-Operativos

DESCRIPCION	COSTO
Elaboración del plan de negocio	\$100
constitución de la empresa y Disposición legales	\$1000
Visitas a proveedores	\$30
Reclutamiento de personal	\$20
Instalación de activo fijo	\$20
Capacitación del personal	\$100
<b>TOTAL</b>	<b>\$1,000</b>

El plan de negocio será elaborado por los socios, por lo tanto los gastos a incurrir son en concepto de transporte, impresiones y fotocopias.



## 19. PLAN DE FINANZAS

### 19.1. Plan Financiero

#### Inversión Inicial

Concepto	Monto en Dólares	Aporte de Capital	Monto a Financiar
<b>Activos Fijos</b>	<b>11,665.80</b>	<b>3,765.80</b>	<b>7,900.00</b>
Mantenedoras	1,800.00	-	1,800.00
Licadoras	255.80	255.80	-
Aires acondicionados	1,100.00	-	1,100.00
Equipo Rodante	5,000.00	-	5,000.00
Equipo de Cómputo	2,320.00	2,320.00	-
Mobiliario	1,090.00	1,090.00	-
mesa industrial	100.00	100.00	-
Capital de Trabajo (desglosar sus rubros)	2,000.00	2,000.00	-
Gastos preoperativos (desglosar sus rubros)	1,000.00	1,000.00	-
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>14,665.80</b>	<b>6,765.80</b>	<b>7,900.00</b>

Con fondos propios se financiara el 46.13 % el valor de las licadoras, equipo de oficinas, capital de trabajo y gastos pre operativo. En cambio el dinero del préstamo el 53.87 % se utilizara para la compra de mantenedora, aires acondicionados y la compra del vehículo.



## 19.2. Estado de Perdidas y Ganancia.

En el siguiente estado de resultado se presenta el total de ingreso y gastos incurridos por **Frutty Ice** durante los primeros cinco años de funcionamiento, con el fin de conocer las ganancias y pérdidas de la empresa.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Ventas</b>	86.807,05	102.820,79	108.725,04	114.947,30	122.569,01	535.869,19
<b>-costo de ventas</b>	48.181,63	45.188,19	47.405,36	49.830,54	52.574,97	243.180,68
<b>=Utilidad Bruta</b>	38.625,42	57.632,60	61.319,68	65.116,76	69.994,04	292.688,51
<b>-Gastos de Operación</b>	31.950,45	34.569,14	36.930,90	39.337,21	42.508,59	185.296,28
<b>=Utilidad de Operación</b>	6.674,97	23.063,47	24.388,78	25.779,55	27.485,45	107.392,22
<b>-Intereses</b>	1.080,80	830,41	539,78	202,43	-	2.653,42
<b>=Utilidad antes de impuestos</b>	5.594,17	22.233,05	23.849,00	25.577,12	27.485,45	104.738,80
<b>-Impuestos</b>	1.678,25	6.669,92	7.154,70	7.673,14	8.245,64	31.421,64
<b>=Utilidad Neta</b>	3.915,92	15.563,14	16.694,30	17.903,99	19.239,82	73.317,16
<b>Margen de Utilidad Neta</b>	5%	15%	15%	16%	16%	14%



### 19.3. Balance general.

BALANCE GENERAL						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activos circulantes</b>	<b>\$ 2.000,00</b>	<b>\$ 6.329,27</b>	<b>\$ 22.055,36</b>	<b>\$37.909,09</b>	<b>\$ 54.635,15</b>	<b>\$ 75.132,96</b>
<i>Caja y bancos</i>	\$ 2.000,00	\$ 6.329,27	\$ 22.055,36	\$37.909,09	\$ 54.635,15	\$ 75.132,96
<i>Inventarios</i>						
<b>Activo fijo</b>	<b>\$ 11.665,80</b>	<b>\$ 9.694,90</b>	<b>\$ 7.724,00</b>	<b>\$ 6.466,00</b>	<b>\$ 5.208,00</b>	<b>\$ 3.950,00</b>
<i>Equipo de Oficina</i>	\$ 3.410,00	\$ 3.410,00	\$ 3.410,00	\$ 3.410,00	\$ 3.410,00	\$ 3.410,00
<i>Terreno y Edificio</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Otros Equipos y Utensilios</i>	\$ 8.255,80	\$ 8.255,80	\$ 8.255,80	\$ 8.255,80	\$ 8.255,80	\$ 8.255,80
<i>Depreciación acumulada</i>		\$ (1.970,90)	\$ (3.941,80)	\$ (5.199,80)	\$ (6.457,80)	\$ (7.715,80)
<b>Activo Diferido</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 1.000,00</b>
<i>Pre-Operativos (Constitución y Legalización)</i>	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
<i>Amortización Diferidos</i>		\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 600,00	\$ 800,00	\$ 1.000,00
<i>Total de activos diferidos</i>	\$ -	\$ 800,00	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ -
<b>Total de activos</b>	<b>\$ 14.665,80</b>	<b>\$ 17.024,17</b>	<b>\$ 30.779,36</b>	<b>\$45.375,09</b>	<b>\$ 60.843,15</b>	<b>\$ 80.082,96</b>
<b>PASIVOS</b>	<b>\$ 7.900,00</b>	<b>\$ 6.342,44</b>	<b>\$ 4.534,50</b>	<b>\$ 2.435,93</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<i>Pasivo largo plazo</i>	\$ 7.900,00	\$ 6.342,44	\$ 4.534,50	\$ 2.435,93	\$ -	\$ -
<i>Préstamo largo plazo</i>	\$ 7.900,00	\$ 6.342,44	\$ 4.534,50	\$ 2.435,93	\$ -	\$ -
<b>CAPITAL</b>	<b>\$ 6.765,80</b>	<b>\$ 10.681,72</b>	<b>\$ 26.244,86</b>	<b>\$42.939,16</b>	<b>\$ 60.843,15</b>	<b>\$ 80.082,96</b>
<i>Capital social</i>	\$ 6.765,80	\$ 6.765,80	\$ 6.765,80	\$ 6.765,80	\$ 6.765,80	\$ 6.765,80
<i>Utilidad acumulada</i>			\$ 3.915,92	\$19.479,06	\$ 36.173,36	\$ 54.077,35
<i>Utilidad del periodo</i>		\$ 3.915,92	\$ 15.563,14	\$16.694,30	\$ 17.903,99	\$ 19.239,82
<b>Total pasivo más capital</b>	<b>\$ 14.665,80</b>	<b>\$ 17.024,17</b>	<b>\$ 30.779,36</b>	<b>\$45.375,09</b>	<b>\$ 60.843,15</b>	<b>\$ 80.082,96</b>

Podemos observar que en el año 0 tenemos el capital inicial, y los activos fijos tienen el mayor peso de todos con \$9,694.90, seguidamente los activos circulantes con \$6,329.37 y para finalizar los activos diferidos con \$1,000.00.



## 19.4. Estado de flujo de caja

Los datos presentados en la siguiente tabla reflejan los ingresos y egresos que poseerá fruty ice, obteniendo como resultado el saldo efectivo al final de periodo.

Descripción	Años						Total
	0	1	2	3	4	5	
<b>Ingresos</b>							
Ventas		86.807,05	102.820,79	108.725,04	114.947,30	122.569,01	535.869,19
<b>Total ingresos</b>		<b>86.807,05</b>	<b>102.820,79</b>	<b>108.725,04</b>	<b>114.947,30</b>	<b>122.569,01</b>	<b>535.869,19</b>
<b>Egresos</b>							
Costo MP		33.012,47	28.962,27	30.235,33	31.567,43	32.958,57	156.736,07
Costo MOD		7.008,00	7.765,33	8.602,22	9.278,97	10.196,06	42.850,59
Costos indirectos de fabricación		8.161,17	8.460,59	8.567,80	8.984,13	9.420,34	43.594,03
Gastos Administrativos		22.747,45	24.709,47	26.435,38	28.195,11	30.561,40	132.648,81
Gastos de ventas		9.203,00	9.859,67	10.495,51	11.142,10	11.947,19	52.647,47
Gastos financieros		1.080,80	830,41	539,78	202,43	-	2.653,42
Pago de Principal		1.557,56	1.807,94	2.098,57	2.435,93		7.900,00
Impuestos		1.678,25	6.669,92	7.154,70	7.673,14	8.245,64	31.421,64
Inversiones	<b>12.665,80</b>						-
<b>Total egresos</b>	<b>12.665,80</b>	<b>84.448,69</b>	<b>89.065,59</b>	<b>94.129,31</b>	<b>99.479,24</b>	<b>103.329,19</b>	<b>470.452,03</b>
<b>Flujo de efectivo Neto</b>	<b>(12.665,80)</b>	<b>2.358,37</b>	<b>13.755,20</b>	<b>14.595,73</b>	<b>15.468,06</b>	<b>19.239,82</b>	<b>65.417,16</b>
<b>Depreciacion</b>		<b>1.970,90</b>	<b>1.970,90</b>	<b>1.258,00</b>	<b>1.258,00</b>	<b>1.258,00</b>	
<b>Saldo Inicial Efectivo Disponible</b>	14.665,80	2.000,00	6.329,27	22.055,36	37.909,09	54.635,15	2.000,00
	2.000,00	6.329,27	22.055,36	37.909,09	54.635,15	75.132,96	67.417,16



### 19.5. Programa de Devolución de Préstamo.

Cálculo Cuota Préstamo	
<b>Monto</b>	<b>\$ 7.900,00</b>
<b>Interés Anual</b>	15%
<b>Plazo en Meses</b>	48
<b>Cuota</b>	<b>(\$219,86)</b>
<b>Seguros</b>	0%
<b>Cuota Total</b>	<b>\$ 219,86</b>

El préstamo que se realizara por medio del financiamiento personal que ofrece el banco ficsa con una tasa de interés anual de 15% sobre saldo en un periodo de 48 meses.

### 19.6. Punto de Equilibrio.

El Punto de Equilibrio es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta o creación de un producto. Es decir, es aquel punto de actividad en el cual no existe utilidad, ni pérdida.

#### Punto de Equilibrio en Unidades

Concepto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Costos Fijos	31091,68	33554,02	35857,48	38202,37	41298,50
Precio de Venta	7,14	8,64	8,77	8,88	9,08
Costo Variable	42.678,70	44.762,12	47.153,82	49.566,17	52.297,30
Costo V. U	3,14	3,23	3,27	3,32	3,40
Punto de Equilibrio Operativo Anual	31.899,25	25.496,89	26.818,88	28.221,91	29.914,38
P.E Promedio Mensual	2.658,27	2.124,74	2.234,91	2.351,83	2.492,87

En el cuadro anterior se detalla que deben vender el 37% en el primer año, el 25% el segundo año, el 24% en el tercer año, el 23% el cuarto año y el 56% el quinto año de las ventas proyectadas. Cabe destacar que la empresa debe



procurar vender una mayor cantidad de paletas proyectadas para cubrir sus costos fijos y variables a su vez generar ricas ganancias.

#### PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS

Concepto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Costos Fijos	31091.68	33554.02	35857.48	38202.37	41298.50
Costos Variables	42678.70	44762.12	47153.82	49566.17	52297.30
Ventas Totales	86807.05	102820.79	108725.04	114947.30	122569.01
Costos Variables/Ventas Totales	0.49	0.44	0.43	0.43	0.43
1-Costos Variables/Ventas Totales	0.51	0.56	0.57	0.57	0.57
P.E En Dólares \$	44,128.35	58,058.67	61,571.21	65,381.13	70,271.71

Estos Datos indican que FRUTICE para no perder ni ganar, debe de vender al menor \$ 44,128.35 en unidades monetarias en el año 1, \$ 58,058.67 para el año 2, \$ 61, 571.21 para el año 3, 65, 381.13 para el año 4 y 70,271.71 para el año 5.

#### 19.7. Razones Financieras.

Razones Financieras					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre ventas	5%	15%	15%	16%	16%
Rentabilidad sobre inversión	166%	113%	114%	116%	100%
Razón de Endeudamiento	0,54%	0,37%	0,05%	0,00%	0,00%
Rotación de Inventario	5,16%	5,09%	5,02%	4,99%	4,99%
Margen bruto de utilidades	0,44	0,44	0,44	0,43	0,43
Razón de liquidez en \$	\$6,328,04	\$30,777,44	\$45,371,25	\$50,961,31	\$69,654,77
Capital Neto de Trabajo \$	\$ 10,682	\$ 26,245	\$42,939	\$ 60,843	\$ 80,083



Por una parte después de haber realizados los cálculos pertinentes concluimos que la empresa **Frutty Ice** tendrá una rentabilidad de 5% en el primer año, por otra parte se puede observar que la empresa ampliara su rentabilidad en pequeñas escalas hasta llegar al 16% en quinto año.

#### 19.8. Valor actual neto y Tasa interno de Retorno.

<b>Saldo Inicial</b>	14.665,80	2.000,00	6.279,19	21.799,81	37.436,25	53.932,63	2.000,00
<b>Efectivo Disponible</b>	2.000,00	6.279,19	21.799,81	37.436,25	53.932,63	74.185,59	66.469,79

Indicadores	Resultado
<b>VAN</b>	\$ 30.129,11
<b>TIR</b>	67,40%
<b>VAN INGRESOS</b>	\$ 369.066,29
<b>VAN EGRESOS</b>	\$ 338.937,18
<b>Relación Beneficio / Costo</b>	1,09





### **19.9. Valor Actual Neto (VAN)**

Para la toma de decisiones sobre la rentabilidad del proyecto hay que compararlo con el beneficio del dinero invertido en el proyecto pueda generar ganancias. La viabilidad financiera del plan de negocios se demuestra con el valor actual neto en este caso la iguala \$ 369,066.18 debido a que es mayor que cero podemos determinar que la idea del proyecto es rentable y puede ejecutarse.

### **19.10. Tasa Interna de Retorno.**

La tasa interna de retorno obtenida en la proyección fue de 67.40% siendo está a la tasa de descuento aplicada equivalente al 12.59% es por ello que se acepta la inversión, puesto a que mayor la TIR, mayor rentabilidad.

### **19.11. Relación Beneficio Costo.**

La relación beneficio costo es de 1.09 es decir que por cada 1 dólar invertido se obtiene un beneficio de 9 centavos dólar.

### **19.12. Periodo de Recuperación.**

El periodo de la recuperación de la inversión es de 2.03 dada una inversión total inicial de \$ 14,665.80. Específicamente 2 años y 3 meses.



## 20. Análisis de sensibilidad y Riesgo.

**Estado de Costos de Producción y Venta (Escenario negativo con 20% menos de consumo de materia prima, por disminución de ventas)**

### Paleta Guayaba

Elemento del costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Costo de Materia Prima	4,030.06	4,180.37	5,490.54	4,392.43	4,758.43	22,851.83
Costo de Mano de Obra Directa	1,401.60	1,553.07	1,720.44	1,855.79	2,039.21	8,570.12
Costos Indirectos de Fabricación	2,726.01	2,785.90	2,832.92	2,916.19	3,003.43	14,264.45
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>8,157.67</b>	<b>8,519.33</b>	<b>10,043.90</b>	<b>9,164.41</b>	<b>9,801.07</b>	<b>45,686.39</b>
Costo Unitario por paleta	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47
Inventario Inicial de Productos Terminados	-	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	9,157.00
<b>=Artículos Disponibles para la venta</b>	<b>8,157.67</b>	<b>10,663.33</b>	<b>12,281.90</b>	<b>11,500.41</b>	<b>12,240.07</b>	<b>54,843.39</b>
-Inventario Final de Productos Terminados	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	2,547.00	2,547.00
<b>=Costo de Venta</b>	<b>6,013.67</b>	<b>8,425.33</b>	<b>9,945.90</b>	<b>9,061.41</b>	<b>9,693.07</b>	<b>52,296.39</b>

### Paleta Fresa

Elemento del costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Costo de Materia Prima	4,744.51	4,921.57	5,171.23	5,182.76	5,636.47	25,656.54
Costo de Mano de Obra Directa	1,401.60	1,553.07	1,720.44	1,855.79	2,039.21	8,570.12
Costos Indirectos de Fabricación	2,726.01	2,785.90	2,832.92	2,916.19	3,003.43	14,264.45
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>8,872.12</b>	<b>9,260.53</b>	<b>9,724.59</b>	<b>9,954.74</b>	<b>10,679.11</b>	<b>48,491.10</b>
Costo Unitario por paleta	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55
Inventario Inicial de Productos Terminados	-	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	9,157.00
<b>=Artículos Disponibles para la venta</b>	<b>8,872.12</b>	<b>11,404.53</b>	<b>11,962.59</b>	<b>12,290.74</b>	<b>13,118.11</b>	<b>57,648.10</b>
-Inventario Final de Productos Terminados	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	2,547.00	2,547.00
<b>=Costo de Venta</b>	<b>6,728.12</b>	<b>9,166.53</b>	<b>9,626.59</b>	<b>9,851.74</b>	<b>10,571.11</b>	<b>55,101.10</b>



### Paleta Melón.

Elemento del costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Costo de Materia Prima	3,887.06	4,032.13	4,236.67	4,423.08	4,617.83	21,196.77
Costo de Mano de Obra Directa	1,401.60	1,553.07	1,720.44	1,855.79	2,039.21	8,570.12
Costos Indirectos de Fabricación	2,726.01	2,785.90	2,832.92	2,916.19	3,003.43	14,264.45
Total Costo de Producción	8,014.67	8,371.09	8,790.03	9,195.06	9,660.47	44,031.33
Costo Unitario por paleta	0.45	0.45	0.45	0.45	0.45	0.45
Inventario Inicial de Productos Terminados	-	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	9,157.00
=Artículos Disponibles para la venta	8,014.67	10,515.09	11,028.03	11,531.06	12,099.47	53,188.33
-Inventario Final de Productos Terminados	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	2,547.00	2,547.00
=Costo de Venta	5,870.67	8,277.09	8,692.03	9,092.06	9,552.47	50,641.33

### Paleta Manzana

Costo de Materia Prima	4,172.87	4,328.61	4,548.19	4,748.31	4,957.38	22,755.36
Costo de Mano de Obra Directa	1,401.60	1,553.07	1,720.44	1,855.79	2,039.21	8,570.12
Costos Indirectos de Fabricación	2,726.01	2,785.90	2,832.92	2,916.19	3,003.43	14,264.45
Total Costo de Producción	8,300.48	8,667.57	9,101.55	9,520.29	10,000.02	45,589.92
Costo Unitario por paleta	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49
Inventario Inicial de Productos Terminados	-	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	9,157.00
=Artículos Disponibles para la venta	8,300.48	10,811.57	11,339.55	11,856.29	12,439.02	54,746.92
-Inventario Final de Productos Terminados	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	2,547.00	2,547.00
=Costo de Venta	6,156.48	8,573.57	9,003.55	9,417.29	9,892.02	52,199.92



## Paleta Mixta

Elemento del costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Costo de Materia Prima</b>	5,177.22	5,366.29	5,638.51	5,887.60	6,145.80	28,215.42
<b>Costo de Mano de Obra Directa</b>	1,401.60	1,553.07	1,720.44	1,855.79	2,039.21	8,570.12
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>	2,726.01	2,785.90	2,832.92	2,916.19	3,003.43	14,264.45
<b>Total Costo de Producción</b>	9304.833333	9,705.25	10,191.87	10,659.58	11,188.44	51,049.98
<b>Costo Unitario por paleta</b>	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
<b>Inventario Inicial de Productos Terminados</b>	-	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	9,157.00
<b>=Artículos Disponibles para la venta</b>	9,304.83	11,849.25	12,429.87	12,995.58	13,627.44	60,206.98
<b>-Inventario Final de Productos Terminados</b>	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	2,547.00	2,547.00
<b>=Costo de Venta</b>	7,160.83	9,611.25	10,093.87	10,556.58	11,080.44	57,659.98

## Estados de Resultados Presupuestado (escenario negativo con 20% menos de ventas)

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas	73,768.09	93,196.48	98,784.87	104,440.21	111,370.33	481,559.96
-costo de ventas	31,929.79	44,053.79	47,361.96	47,979.08	50,789.11	222,113.74
<b>=Utilidad Bruta</b>	41,838.30	49,142.69	51,422.90	56,461.12	60,581.22	259,446.23
-Gastos de Operación	31,950.45	34,569.14	36,930.90	39,337.21	42,508.59	185,296.28
<b>=Utilidad de Operación</b>	9,887.85	14,573.55	14,492.01	17,123.91	18,072.62	74,149.95
-Intereses	1,080.80	830.41	539.78	202.43	-	2,653.42
<b>=Utilidad antes de impuestos</b>	8,807.05	13,743.14	13,952.23	16,921.49	18,072.62	71,496.53
-Impuestos	2,642.12	4,122.94	4,185.67	5,076.45	5,421.79	21,448.96
<b>=Utilidad Neta</b>	6,164.94	9,620.20	9,766.56	11,845.04	12,650.84	50,047.57
<b>Margen de Utilidad Neta</b>	8%	10%	10%	11%	11%	10%



## Flujo de efectivo

### Flujo de efectivo (escenario negativo con 20% menos de ventas)

Descripción	Años						Total
	0	1	2	3	4	5	
<b>Ingresos</b>							
Ventas		69,445.64	82,256.63	86,980.03	91,957.84	98,055.21	428,695.35
<b>Total ingresos</b>		<b>69,445.64</b>	<b>82,256.63</b>	<b>86,980.03</b>	<b>91,957.84</b>	<b>98,055.21</b>	<b>428,695.35</b>
<b>Egresos</b>							
Costo MP		22,011.72	22,828.97	25,085.14	24,634.18	26,115.91	120,675.92
Costo MOD		7,008.00	7,765.33	8,602.22	9,278.97	10,196.06	42,850.59
Costos indirectos de fabricación		8,161.17	8,460.59	8,567.80	8,984.13	9,420.34	43,594.03
Gastos Administrativos		22,747.45	24,709.47	26,435.38	28,195.11	30,561.40	132,648.81
Gastos de ventas		9,203.00	9,859.67	10,495.51	11,142.10	11,947.19	52,647.47
Gastos financieros		1,080.80	830.41	539.78	202.43	-	2,653.42
Pago de Principal		1,557.56	1,807.94	2,098.57	2,435.93		7,900.00
Impuestos		1,678.25	6,669.92	7,154.70	7,673.14	8,245.64	31,421.64
Inversiones	<b>12,665.80</b>						-
<b>Total egresos</b>	<b>12,665.80</b>	<b>73,447.94</b>	<b>82,932.30</b>	<b>88,979.12</b>	<b>92,545.99</b>	<b>96,486.54</b>	<b>434,391.88</b>
<b>Flujo de efectivo Neto</b>	<b>(12,665.80)</b>	<b>(4,002.30)</b>	<b>(675.67)</b>	<b>(1,999.09)</b>	<b>(588.15)</b>	<b>1,568.67</b>	<b>(5,696.53)</b>
<b>Saldo Inicial</b>	14,665.80	2,000.00	(2,002.30)	(2,677.96)	(4,677.05)	(5,265.20)	2,000.00
<b>Efectivo Disponible</b>	2,000.00	(2,002.30)	(2,677.96)	(4,677.05)	(5,265.20)	(3,696.53)	(3,696.53)



Indicadores	Resultado
<b>VAN</b>	\$ (17,527.76)
<b>TIR</b>	-49.52%
<b>VAN INGRESOS</b>	C\$ 281,104.09
<b>VAN EGRESOS</b>	C\$ 298,631.85
<b>Relación Beneficio / Costo</b>	0.94

}



## 21. Referencias Bibliográficas.

- Banco Central de Nicaragua PIB <http://www.bcn.gob.ni/>
- Banco Central de Nicaragua plan Económico  
<http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/index.php>
- Banco Central de Nicaragua Tasa de Interés <http://www.bcn.gob.ni/>
- Banco Central de Nicaragua Inflación  
<http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/mensual/inflacion/index.php>
- Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (FUNIDES)  
<http://funides.com/>
- Ministerio del Trabajo (2017) <http://www.mitrab.gob.ni/>
- Ministerio de Salud <http://www.minsa.gob.ni/>
- Dirección General de Ingreso <http://www.dgi.gob.ni/>
- Alcaldía de Managua <https://www.managua.gob.ni/>

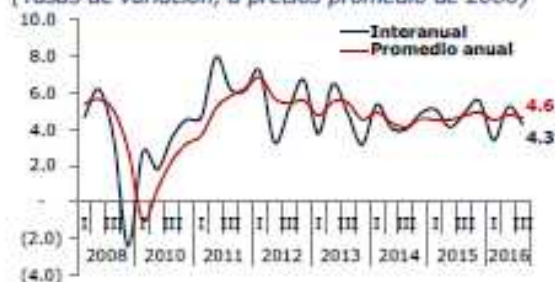


## 22. Anexos.

### 22.1. Anexos 1

#### 22.1.1. Estadística del PIB

**Producto interno bruto trimestral<sup>2</sup>**  
(Tasas de variación, a precios promedio de 2006)



Preliminar  
Fuente: BCN

**Producto interno bruto trimestral**  
**Tendencia-ciclo y desestacionalizada**  
(Tasa de variación, a precios promedio de 2006)



Leyendas: DE (desestacionalizada) y T-C (tendencia-ciclo)  
Preliminar  
Fuente: BCN

#### 22.1.2. Índice Mensual de Actividad Económica.

**Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE)**  
(Variación porcentual)

Actividad	Variación Interanual (T1,12)			Variación acumulada			Variación promedio anual (T12,12)		
	Ene 2016	Dic 2016	Ene 2017	Ene 2016	Dic 2016	Ene 2017	Ene 2016	Dic 2016	Ene 2017
<b>IMAE</b>	<b>2.3</b>	<b>4.3</b>	<b>5.0</b>	<b>2.3</b>	<b>4.3</b>	<b>5.0</b>	<b>4.3</b>	<b>4.3</b>	<b>4.5</b>
Agricultura	3.6	6.4	(0.2)	3.6	6.6	(0.2)	1.6	6.6	6.1
Pecuaria	(14.7)	9.2	18.7	(14.7)	7.1	18.7	1.7	7.1	9.9
Silvicultura y extracción de madera	(19.7)	(9.2)	8.3	(19.7)	(10.9)	8.3	1.3	(10.9)	(9.1)
Pesca y acuicultura	15.6	22.0	(16.1)	15.6	7.0	(16.1)	(2.7)	7.0	6.2
Explotación de minas y canteras	4.1	(2.6)	6.7	4.1	4.6	6.7	(4.6)	4.6	4.7
Industria manufacturera	2.1	(0.6)	6.0	2.1	2.6	6.0	(0.9)	2.6	2.6
Construcción	3.1	4.5	1.0	3.1	3.1	1.0	14.7	3.1	2.9
Energía y agua	6.8	2.8	7.3	6.8	3.7	7.3	3.3	3.7	3.8
Comercio	4.9	3.5	4.5	4.9	3.4	4.5	1.1	3.4	3.4
Hoteles y restaurantes	8.0	15.0	10.3	8.0	6.1	10.3	6.6	6.1	6.3
Transporte y comunicaciones	(2.2)	1.3	5.9	(2.2)	3.5	5.9	5.3	3.5	4.1
Intermediación financiera y servicios conexos	10.0	6.5	4.4	10.0	5.0	4.4	9.3	5.0	6.6
Propiedad de vivienda	7.9	0.6	0.3	7.9	1.9	0.3	7.4	1.9	1.6
Administración pública y defensa	4.5	9.6	9.3	4.5	7.7	9.3	3.7	7.7	6.1
Enseñanza	6.2	2.9	3.1	6.2	3.6	3.1	4.2	3.6	3.3
Salud	4.7	2.4	3.5	4.7	2.8	3.5	2.9	2.8	2.7
Otros servicios	5.9	0.3	5.5	5.9	2.4	5.5	5.5	2.4	2.4

Fuente: BCN





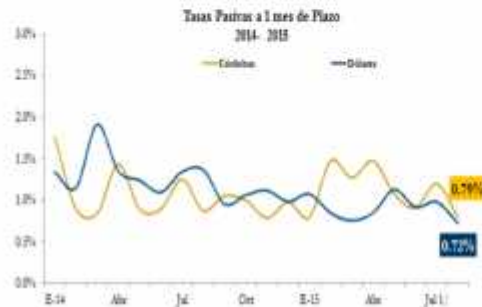
### 22.1.3. Tasa Interés Pasivo Ponderada.



Tasas Pasivas ponderadas 2014-2015 (1 Mes de Plazo)

	2014												2015							
Pasivas (1 mes)	E-14	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	E-15	Feb	Mar	Abr	May	Jun 1	Jul 1	Ago
Córdobas	1.73%	2.03%	2.03%	1.42%	0.89%	0.89%	1.24%	0.87%	1.54%	0.69%	0.78%	0.87%	0.79%	1.47%	1.38%	1.47%	1.07%	0.90%	1.19%	0.79%
Dólares	1.53%	1.14%	1.40%	1.34%	1.23%	1.03%	1.34%	1.38%	0.85%	1.58%	1.11%	0.49%	1.07%	0.84%	0.75%	0.84%	1.12%	0.91%	0.87%	0.72%

1. La información se presenta en la moneda de la tasa (COP o USD).



### 22.1.4. Encuesta.

**Instrumento de recolección de datos.**



## UNIVERSIDAD POLITECNICA DE NICARAGUA

---

### ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN, COMERCIO Y FINANZAS

**Nombre de los encuestados: Pobladores**

Fecha: \_\_\_\_\_

No de encuesta: \_\_\_\_\_

Barrio: \_\_\_\_\_

Buenos días somos los estudiantes de la escuela de administración, comercio y finanzas de la UNIVERSIDAD POLITECNICA DE NICARAGUA, como parte de nuestra culminación de estudio estamos creando una empresa de producción de helados artesanales. Por lo tanto solicitamos de su colaboración para llenar la siguiente encuesta. (La investigación es de carácter universitario, sus datos serán confidenciales)



## Datos de Clasificación

1. Edad: \_\_\_\_\_ 2. Sexo Femenino \_\_\_\_\_ 3. Domicilio \_\_\_\_\_

Masculino \_\_\_\_\_ 4. Ocupación \_\_\_\_\_

5. Ingreso: \_\_\_\_\_ C\$500 a C\$1,000 \_\_\_\_\_ C\$2,000 a C\$3,000

\_\_\_\_\_ C\$1,000 a C\$1,500 \_\_\_\_\_ C\$4,000 a C\$5,000

\_\_\_\_\_ Más de C\$5000

## Consumo de helado

6. ¿Consume helado?

Si \_\_\_\_\_ No, porque \_\_\_\_\_

7. ¿Qué marca de helado consume con más frecuencia? (elija una opción)

Eskimo \_\_\_\_\_ Yea Gelato \_\_\_\_\_ Dos pinos \_\_\_\_\_ Helados caseros \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

8. ¿Por qué prefiere esa marca?

Precio \_\_\_\_\_ Calidad \_\_\_\_\_ Empaque \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

9. ¿Dónde adquiere regularmente el helado?



Centro comerciales\_\_\_\_\_ Súper mercado\_\_\_\_\_ En el sector donde vivo\_\_\_\_\_

Mercado\_\_\_\_\_ Otros\_\_\_\_\_

10. ¿Cuál es el precio que actualmente por un helado?

C\$\_\_\_\_\_

11. Seleccione la alternativa de acuerdo a su preferencia al momento de comprar el helado.

Marca\_\_\_\_\_ Sabor\_\_\_\_\_ Envoltura\_\_\_\_\_ Precio\_\_\_\_\_ Otros\_\_\_\_\_

12. ¿Con que frecuencia compra helado?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### Nuevo producto

13. ¿Consumiría un nuevo Helado Artesanal, hecho con frutas naturales y no con químicos?

Si\_\_\_\_\_ No, porque\_\_\_\_\_

14. ¿Dónde le gustaría adquirir el helado?

Mercado\_\_\_\_\_ Supermercado\_\_\_\_\_ Pulpería\_\_\_\_\_ Centro comerciales\_\_\_\_\_

Otros\_\_\_\_\_

15. ¿Por cuales medios de comunicación le gustaría que se promocionara el nuevo Helado Artesanal?



Televisión\_\_\_\_\_ Radio\_\_\_\_\_ Internet\_\_\_\_\_ Periódico\_\_\_\_\_

Otros\_\_\_\_\_

**GRACIAS POR PARTICIPAR!!!**







#### 22.1.6.

#### Fichas Ocupacionales.

##### Ficha Ocupacional No. 1

- ✓ **Nombre del puesto:** operadores 1 y 2

**Jefe inmediato:** gerente general

**Funciones específicas del puesto:** Elaborar, empacar las paletas cumpliendo con todos los estándares de calidad con el fin de alcanzar los objetivos propuestos.

**Requisitos del cargo:**

- ✓ Mínimo bachiller.
- ✓ Mayor de edad.
- ✓ Experiencia mínima 1 año en puestos similares.
- ✓ Dispuesto aprender.

##### Ficha Ocupacional No.2

- ✓ **Nombre del puesto:** vendedor

**Jefe inmediato:** gerente general

**Funciones específicas del puesto:** comercializar y ofrecer las diferentes variedades de paletas en el puesto de ventas del salvador allende.

**Requisitos del cargo:**

- ✓ Residente de Managua.
- ✓ Lic. en mercadotecnia o carreras a fines
- ✓ Manejo del paquete office.
- ✓ Dispuesto a trabajar bajo presión.



### Ficha Ocupacional No. 3

✓ **NOMBRE DEL PUESTO:** Gerente de Marketing

**JEFE INMEDIATO:** Gerente General

**FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- ✓ - Elaborar plan estratégico de venta con el fin de incrementar la ganancia de la empresa.
- ✓ -Coordinar y aumentar el porcentaje de venta en función del plan estratégico.
- ✓ - Responsable Supervisar los planes de trabajo en el área de venta.
- ✓ -Informe de reporte de venta.
- ✓ -realizar publicidad.
- ✓ -mantener la buena imagen de la marca y la satisfacción al cliente
- ✓ - Responsable en administrar página en internet.
- ✓ -verificar los productos en área de venta.

**HABILIDADES O ACTITUDES:**

- ✓ -Proactivo.
- ✓ -Responsable.
- ✓ -Dinámico.
- ✓ -Actitud de Líder

**ESTUDIO ACADÉMICO:** licenciado en marketing.

**CONOCIMIENTO:**

- ✓ -Experiencia en planeación de venta
- ✓ -Experiencia tratando clientes en diferentes canales y formato
- ✓ -conocimiento del mercado.
- ✓ -conocimiento de la competencia.
- ✓ -Atención al cliente
- ✓ -desarrollo y ejecución de nuevos proyectos comerciales.
- ✓ **EXPERIENCIA:** 1 año de experiencia en gerencia o puestos similares.





## Ficha Ocupacional No. 4

**NOMBRE DEL PUESTO:** Afanadora.

**JEFE INMEDIATO:** Asistente General

**FUNCIONES ESPECÍFICA:**

- ✓ -organizar toda el área de producción.
- ✓ -Encargada de toda la limpieza en recepción, oficinas y producción.
- ✓ -lavar útiles utilizados en producción.
- ✓ -Encargada de limpieza en servicio higiénico.

**HABILIDADES O ACTITUDES:**

- ✓ -honradez
- ✓ -puntualidad
- ✓ -trabajar de manera rápida
- ✓ -iniciativa.

✓ **REQUISITOS DEL PUESTO:**

- ✓ -Saber limpiar meticulosamente y profundamente un espacio.

✓ **CONOCIMIENTO.**

- ✓ -conocer la limpieza de electrodoméstico en la cocina.
- ✓ -conocer todas las técnicas de limpieza de un hogar.
- ✓ -conocer de la desinfección de diferentes áreas.

✓ **EXPERIENCIA:** 1 año de experiencia en limpieza o puesto similares.

## Ficha Ocupacional No. 5

**NOMBRE DEL PUESTO:** Vigilancia.

**JEFE INMEDIATO:** Asistente General.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- ✓ -Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles así como la protección de las personas que puedan encontrarse en el mismo.
- ✓ -Abrir y cerrar la puerta a las personas que visitan la planta.

**HABILIDADES O ACTITUDES.**

- ✓ -capacidad de comunicación de manera clara y concisa.
- ✓ -buen desarrollo de la capacidad de observar, percibir y analizar su entorno.
- ✓ -Habilidades físicas.

**REQUISITOS DEL PUESTO:**

- ✓ -Buena condición física.
- ✓ -carecer de antecedentes penales por delitos dolosos

**Experiencias:** 1 año de experiencia en seguridad o puesto similar.



## Ficha Ocupacional No. 6

**NOMBRE DEL PUESTO:** Asistente General

**JEFE INMEDIATO:** Gerente General

**FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- ✓ -Archivar papeles de importancia.
- ✓ -contestar llamadas
- ✓ -Organizar la agenda del gerente general, programar reuniones de negocios más efectivas.
- ✓ -Reportes de compra semanal.
- ✓ -tener respaldo de la información de los reportes que se generen de la administración general.
- ✓ -coordinar actividades de la gerencia.
- ✓ -Hacer seguimientos a los créditos y obligaciones del gerente general.
- ✓ -Mensajería interna.

**CONOCIMIENTOS**

- ✓ -Conocimientos en las áreas de Marketing, relaciones públicas, Administración y Contabilidad.
- ✓ -Uso de paquete de office.

**HABILIDADES Y ACTITUDES:**

- ✓ -Buen carácter
- ✓ -Responsabilidad
- ✓ -puntualidad.
- ✓ -honradez

- ✓ **EXPERIENCIAS:** Al menos 1 año de experiencia en Asistente Gerencial o puesto similares.



## Ficha Ocupacional No. 7

**NOMBRE DEL PUESTO:** Gerente General

**JEFE INMEDIATO:** Junta Directiva

**FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- ✓ -Velar por el cumplimiento de todos los requisitos legales de la empresa.
- ✓ -planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- ✓ -Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser líder dentro de esta.
- ✓ -Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, contable entre otros.
- ✓ -realizar cálculos matemáticos y financieros.
- ✓ -llevar el control financiero del negocio.
- ✓ -tomar decisiones a nivel de conducción general de la empresa.
- ✓ -Gestionar la documentación de la empresa (facturas, permisos, inspecciones)
- ✓ -planear mejoras operativas, logística y funcionales.
- ✓ -Identificar Necesidades.

**HABILIDADES O ACTITUDES:**

- ✓ -Liderazgo.
- ✓ -Empatía.
- ✓ -Buena atención auditiva y visual.
- ✓ -habilidades de organización.
- ✓ -capacidad para dar instrucciones ( claras, directas y concisas)
- ✓ -Actitud proactiva.
- ✓ -Buen dialogo.
- ✓ -orientada a logros y resultado.
- ✓ -saber delegar.
- ✓ -motivador.
- ✓ -Disposición.
- ✓ -Inteligencia emocional
- ✓ -Organizada
- ✓ -actitud positiva y optimista.
- ✓

**CONOCIMIENTO:**

- ✓ -Conocimiento de las actividades de los subordinados.
- ✓ -numéricos.
- ✓ -Conocimiento en Marketing, Administración, contabilidad.
- ✓ -idioma.

**EXPERIENCIA:** 1 año de experiencia en gerencia o cargos similares.



### 22.1.7. Constancia de matrícula de la alcaldía

**ALCALDIA DE MANAGUA**  
**DIRECCIÓN GENERAL DE RECAUDACIÓN**  
**CONSTANCIA DE MATRICULA**  
**COLOCAR EN LUGAR VISIBLE**

0000005

REGIMEN: \_\_\_\_\_ AÑO: \_\_\_\_\_  
 LA DIRECCION GENERAL DE RECAUDACION, HACE CONSTAR QUE EL CONTRIBUYENTE:

ESTA MATRICULADO CON No. RUC: \_\_\_\_\_ CTA. FISCAL: \_\_\_\_\_  
 DIRECCION: \_\_\_\_\_  
 DIST. No.: \_\_\_\_\_ ACTIVIDAD ECONOMICA: \_\_\_\_\_  
 R.O.C. No.: \_\_\_\_\_ FECHA: \_\_\_\_\_ F. EMISION CONSTANCIA: \_\_\_\_\_

FIRMA Y SELLO \_\_\_\_\_

O y M-RE-03

### 22.1.8. Constancia de Permiso de la DGI

**REPUBLICA DE NICARAGUA**  
**DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS**  
**CEDULA - RUC**

PERSONA NATURAL  
 REGIMEN GENERAL  
 3620411740001A-3

NUMERO RUC:  
 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:  
 NOMBRE COMERCIAL:

Para toda gestión o trámite relacionados con la Dirección General de Ingresos y demás organismos que señalan la ley y el reglamento de organización del RUC y Código Tributario de Nicaragua (Ley No.542) deberá presentar este documento.

22/06/2015 Emisión 22/06/2017 Expiración

DIRECTOR GENERAL  
**DGI**



### 22.1.9. Licencia Fitosanitaria.



### 22.1.10. Tabla de Información Nutricional.

INFORMACION NUTRICIONAL	
Porción: 60g	
Nutrientes	Porción
Azúcar	5 %
Grasa	40 Cal
Proteína	0 Cal
Carbohidratos	0 Cal



## 22.1.11.

## Tabla de Amortización de Prestamos.

Tabla de amortización de préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0		15%		\$ 7.900,00
<b>Año 1</b>				
1	\$ 219,86	\$ 98,75	\$ 121,11	\$ 7.778,89
2	\$ 219,86	\$ 97,24	\$ 122,63	\$ 7.656,26
3	\$ 219,86	\$ 95,70	\$ 124,16	\$ 7.532,10
4	\$ 219,86	\$ 94,15	\$ 125,71	\$ 7.406,39
5	\$ 219,86	\$ 92,58	\$ 127,28	\$ 7.279,11
6	\$ 219,86	\$ 90,99	\$ 128,87	\$ 7.150,23
7	\$ 219,86	\$ 89,38	\$ 130,49	\$ 7.019,75
8	\$ 219,86	\$ 87,75	\$ 132,12	\$ 6.887,63
9	\$ 219,86	\$ 86,10	\$ 133,77	\$ 6.753,86
10	\$ 219,86	\$ 84,42	\$ 135,44	\$ 6.618,42
11	\$ 219,86	\$ 82,73	\$ 137,13	\$ 6.481,29
12	\$ 219,86	\$ 81,02	\$ 138,85	\$ 6.342,44
<b>Año 2</b>				
13	\$ 219,86	\$ 79,28	\$ 140,58	\$ 6.201,86
14	\$ 219,86	\$ 77,52	\$ 142,34	\$ 6.059,52
15	\$ 219,86	\$ 75,74	\$ 144,12	\$ 5.915,40
16	\$ 219,86	\$ 73,94	\$ 145,92	\$ 5.769,48
17	\$ 219,86	\$ 72,12	\$ 147,74	\$ 5.621,74
18	\$ 219,86	\$ 70,27	\$ 149,59	\$ 5.472,15
19	\$ 219,86	\$ 68,40	\$ 151,46	\$ 5.320,69
20	\$ 219,86	\$ 66,51	\$ 153,35	\$ 5.167,33
21	\$ 219,86	\$ 64,59	\$ 155,27	\$ 5.012,06
22	\$ 219,86	\$ 62,65	\$ 157,21	\$ 4.854,85
23	\$ 219,86	\$ 60,69	\$ 159,18	\$ 4.695,67
24	\$ 219,86	\$ 58,70	\$ 161,17	\$ 4.534,50





Año 3								
25	\$	219,86	\$	56,68	\$	163,18	\$	4.371,32
26	\$	219,86	\$	54,64	\$	165,22	\$	4.206,10
27	\$	219,86	\$	52,58	\$	167,29	\$	4.038,81
28	\$	219,86	\$	50,49	\$	169,38	\$	3.869,44
29	\$	219,86	\$	48,37	\$	171,49	\$	3.697,94
30	\$	219,86	\$	46,22	\$	173,64	\$	3.524,30
31	\$	219,86	\$	44,05	\$	175,81	\$	3.348,49
32	\$	219,86	\$	41,86	\$	178,01	\$	3.170,49
33	\$	219,86	\$	39,63	\$	180,23	\$	2.990,26
34	\$	219,86	\$	37,38	\$	182,48	\$	2.807,77
35	\$	219,86	\$	35,10	\$	184,77	\$	2.623,01
36	\$	219,86	\$	32,79	\$	187,08	\$	2.435,93
Año 4								
37	\$	219,86	\$	30,45	\$	189,41	\$	2.246,52
38	\$	219,86	\$	28,08	\$	191,78	\$	2.054,73
39	\$	219,86	\$	25,68	\$	194,18	\$	1.860,56
40	\$	219,86	\$	23,26	\$	196,61	\$	1.663,95
41	\$	219,86	\$	20,80	\$	199,06	\$	1.464,89
42	\$	219,86	\$	18,31	\$	201,55	\$	1.263,33
43	\$	219,86	\$	15,79	\$	204,07	\$	1.059,26
44	\$	219,86	\$	13,24	\$	206,62	\$	852,64
45	\$	219,86	\$	10,66	\$	209,20	\$	643,44
46	\$	219,86	\$	8,04	\$	211,82	\$	431,62
47	\$	219,86	\$	5,40	\$	214,47	\$	217,15
48	\$	219,86	\$	2,71	\$	217,15	\$	-



**22.1.12.****Gastos de ventas.****Gastos de ventas año 1**

Cifras en dólares

Descripción	parcial	Total
Salarios		2,400.00
Papelería y útiles de oficina		200.00
Publicidad		1,000.00
Combustible		1,000.00
Otros gastos acumulados x pagar		1,104.00
Alquiler de Kiosko		3,360.00
Depreciación		139.00
<b>Total gastos</b>		<b>9,203.00</b>

**Gastos de ventas año 2**

Cifras en dólares

Descripción	parcial	Total
Salarios		2,668.32
Papelería y útiles de oficina		210.00
Publicidad		1,050.00
Combustible		1,050.00
Otros gastos acumulados x pagar		1,214.35
Alquiler de Kiosko		3,528.00
Depreciación		139.00
<b>Total gastos</b>		<b>9,859.67</b>

**Gastos de ventas año 3**

Cifras en dólares

Descripción	parcial	Total
Salarios		2,965.50
Papelería y útiles de oficina		221.00
Publicidad		1,102.50
Combustible		1,102.50
Otros gastos acumulados x pagar		1,335.61
Alquiler de Kiosko		3,704.40
Depreciación		64.00
<b>Total gastos</b>		<b>10,495.51</b>





#### Gastos de ventas año 4

Cifras en dólares

Descripción	parcial	Total
Salarios		3,263.47
Papelería y útiles de oficina		233.00
Publicidad		1,158.00
Combustible		1,158.00
Otros gastos acumulados x pagar		1,376.01
Alquiler de Kiosko		3,889.62
Depreciación		64.00
<b>Total gastos</b>		<b>11,142.10</b>

#### Gastos de ventas año 5

Cifras en dólares

Descripción	parcial	Total
Salarios		3,591.06
Papelería y útiles de oficina		245
Publicidad		1,228.00
Combustible		1,228.00
Otros gastos acumulados x pagar		1,506.97
Alquiler de Kiosko		4,084.16
Depreciación		64.00
<b>Total gastos</b>		<b>11,947.19</b>



### 22.1.13. Gastos de Administración.

#### Gastos de administración al año 1

Cifras en dólares

Descripción	parcial	Total
<b>Salarios</b>		<b>11,808.00</b>
Gerente general	250.00	3000
Gerente de Marketing	200.00	2400
Asistente General	200.00	2400
Vigilante	167.00	2004
Afanadora	167.00	2004
<b>Servicios básicos</b>		<b>3,378.77</b>
Matricula 1% Alcaldia	858.77	858.77
Agua	40	480
Telefono	30	360
Energía eléctrica	100.00	1200
Internet	40	480
<b>Papelería y útiles de oficina</b>		<b>600</b>
<b>Otros gastos acumulados x pagar</b>	<b>452.64</b>	<b>5,431.68</b>
<b>Depreciación</b>		<b>1529</b>
<b>Total gastos administrativos</b>		<b>22,747.45</b>

#### Gastos de administración al año 2

Cifras en dólares

Descripción	parcial	Total
<b>Salarios</b>		<b>13,040.76</b>
Gerente general	277.95	3335.4
Gerente de Marketing	222.36	2668.32
Asistente General	222.36	2668.32
Vigilante	182.03	2184.36
Afanadora	182.03	2184.36
<b>Servicios básicos</b>		<b>3,535.12</b>
Matricula 1% Alcaldia	1015.12	1,015.12
Agua	40	480
Telefono	30	360
Energía eléctrica	100.00	1200
Internet	40	480
<b>Papelería y útiles de oficina</b>		<b>630</b>
<b>Otros gastos acumulados x pagar</b>	<b>497.88</b>	<b>5,974.59</b>
<b>Depreciación</b>		<b>1529</b>
<b>Total gastos administrativos</b>		<b>24,709.47</b>



### Gastos de administración al año 3

Cifras en dólares

Descripción	parcial	Total
<b>Salarios</b>		<b>14,590.25</b>
Gerente general	308.91	3,706.87
Gerente de Marketing	247.12	2,965.50
Asistente General	247.12	2,965.50
Vigilante	206.35	2,476.19
Afanadora	206.35	2,476.19
<b>Servicios básicos</b>		<b>3,593.41</b>
Matricula 1% Alcaldía	1073.41	1073.41
Agua	40	480
Teléfono	30	360
Energía eléctrica	100.00	1200
Internet	40	480
<b>Papelería y útiles de oficina</b>		<b>661.5</b>
<b>Otros gastos acumulados x pagar</b>	<b>547.60</b>	<b>6,571.22</b>
<b>Depreciación</b>		<b>1019</b>
<b>Total gastos administrativos</b>		<b>26,435.38</b>

### Gastos de administración al año 4

Cifras en dólares

Descripción	parcial	Total
<b>Salarios</b>		<b>16,056.29</b>
Gerente general	339.95	4,079.34
Gerente de Marketing	271.96	3,263.47
Asistente General	271.96	3,263.47
Vigilante	227.08	2,725.00
Afanadora	227.08	2,725.00
<b>Servicios básicos</b>		<b>3,654.84</b>
Matricula 1% Alcaldía	<b>1134.84</b>	<b>1134.84</b>
Agua	40	480
Teléfono	30	360
Energía eléctrica	100.00	1200
Internet	40	480
<b>Papelería y útiles de oficina</b>		<b>695</b>
<b>Otros gastos acumulados x pagar</b>	<b>564.16</b>	<b>6,769.98</b>
<b>Depreciación</b>		<b>1,019.00</b>
<b>Total gastos administrativos</b>		<b>28,195.11</b>



### Gastos de administración al año 5

Cifras en dólares

Descripción	parcial	Total
<b>Salarios</b>		<b>17,668.03</b>
Gerente general	374.07	4,488.83
Gerente de Marketing	299.26	3,591.06
Asistente General	299.26	3,591.06
Vigilante	249.88	2,998.54
Afanadora	249.88	2,998.54
<b>Servicios básicos</b>		<b>3,730.09</b>
Matricula 1% Alcaldía	<b>1210.09</b>	<b>1210.09</b>
Agua	40	480
Teléfono	30	360
Energía eléctrica	100.00	1200
Internet	40	480
<b>Papelería y útiles de oficina</b>		<b>730</b>
<b>Otros gastos acumulados x pagar</b>	<b>617.86</b>	<b>7,414.28</b>
<b>Depreciación</b>		<b>1,019.00</b>
<b>Total gastos administrativos</b>		<b>30,561.40</b>

### 22.1.14. Estado de Costo de Producción y Ventas. (Escenario negativo con 20% menos de consumo de Materia Prima, por disminución de ventas).

#### Paleta de Guayaba

Elemento del costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Costo de Materia Prima</b>	4,030.06	4,180.37	5,490.54	4,392.43	4,758.43	22,851.83
<b>Costo de Mano de Obra Directa</b>	1,401.60	1,553.07	1,720.44	1,855.79	2,039.21	8,570.12
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>	2,726.01	2,785.90	2,832.92	2,916.19	3,003.43	14,264.45
<b>Total Costo de Producción</b>	8,157.67	8,519.33	10,043.90	9,164.41	9,801.07	45,686.39
<b>Costo Unitario por paleta</b>	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47
<b>Inventario Inicial de Productos Terminados</b>	-	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	9,157.00
<b>=Artículos Disponibles para la venta</b>	8,157.67	10,663.33	12,281.90	11,500.41	12,240.07	54,843.39
<b>-Inventario Final de Productos Terminados</b>	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	2,547.00	2,547.00
<b>=Costo de Venta</b>	6,013.67	8,425.33	9,945.90	9,061.41	9,693.07	52,296.39



**Paleta de Fresa**

Elemento del costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Costo de Materia Prima	4,744.51	4,921.57	5,171.23	5,182.76	5,636.47	25,656.54
Costo de Mano de Obra Directa	1,401.60	1,553.07	1,720.44	1,855.79	2,039.21	8,570.12
Costos Indirectos de Fabricación	2,726.01	2,785.90	2,832.92	2,916.19	3,003.43	14,264.45
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>8,872.12</b>	<b>9,260.53</b>	<b>9,724.59</b>	<b>9,954.74</b>	<b>10,679.11</b>	<b>48,491.10</b>
Costo Unitario por paleta	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55
Inventario Inicial de Productos Terminados	-	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	9,157.00
<b>=Artículos Disponibles para la venta</b>	<b>8,872.12</b>	<b>11,404.53</b>	<b>11,962.59</b>	<b>12,290.74</b>	<b>13,118.11</b>	<b>57,648.10</b>
-Inventario Final de Productos Terminados	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	2,547.00	2,547.00
<b>=Costo de Venta</b>	<b>6,728.12</b>	<b>9,166.53</b>	<b>9,626.59</b>	<b>9,851.74</b>	<b>10,571.11</b>	<b>55,101.10</b>

**Paleta de Melón**

Elemento del costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Costo de Materia Prima	3,887.06	4,032.13	4,236.67	4,423.08	4,617.83	21,196.77
Costo de Mano de Obra Directa	1,401.60	1,553.07	1,720.44	1,855.79	2,039.21	8,570.12
Costos Indirectos de Fabricación	2,726.01	2,785.90	2,832.92	2,916.19	3,003.43	14,264.45
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>8,014.67</b>	<b>8,371.09</b>	<b>8,790.03</b>	<b>9,195.06</b>	<b>9,660.47</b>	<b>44,031.33</b>
Costo Unitario por paleta	0.45	0.45	0.45	0.45	0.45	0.45
Inventario Inicial de Productos Terminados	-	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	9,157.00
<b>=Artículos Disponibles para la venta</b>	<b>8,014.67</b>	<b>10,515.09</b>	<b>11,028.03</b>	<b>11,531.06</b>	<b>12,099.47</b>	<b>53,188.33</b>
-Inventario Final de Productos Terminados	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	2,547.00	2,547.00
<b>=Costo de Venta</b>	<b>5,870.67</b>	<b>8,277.09</b>	<b>8,692.03</b>	<b>9,092.06</b>	<b>9,552.47</b>	<b>50,641.33</b>



**Paleta de Manzana**

Elemento del costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Costo de Materia Prima	4,172.87	4,328.61	4,548.19	4,748.31	4,957.38	22,755.36
Costo de Mano de Obra Directa	1,401.60	1,553.07	1,720.44	1,855.79	2,039.21	8,570.12
Costos Indirectos de Fabricación	2,726.01	2,785.90	2,832.92	2,916.19	3,003.43	14,264.45
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>8,300.48</b>	<b>8,667.57</b>	<b>9,101.55</b>	<b>9,520.29</b>	<b>10,000.02</b>	<b>45,589.92</b>
Costo Unitario por paleta	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49
Inventario Inicial de Productos Terminados	-	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	9,157.00
<b>=Artículos Disponibles para la venta</b>	<b>8,300.48</b>	<b>10,811.57</b>	<b>11,339.55</b>	<b>11,856.29</b>	<b>12,439.02</b>	<b>54,746.92</b>
-Inventario Final de Productos Terminados	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	2,547.00	2,547.00
<b>=Costo de Venta</b>	<b>6,156.48</b>	<b>8,573.57</b>	<b>9,003.55</b>	<b>9,417.29</b>	<b>9,892.02</b>	<b>52,199.92</b>

**Paleta Mixta**

Elemento del costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Costo de Materia Prima	5,177.22	5,366.29	5,638.51	5,887.60	6,145.80	28,215.42
Costo de Mano de Obra Directa	1,401.60	1,553.07	1,720.44	1,855.79	2,039.21	8,570.12
Costos Indirectos de Fabricación	2,726.01	2,785.90	2,832.92	2,916.19	3,003.43	14,264.45
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>9304.83333</b>	<b>9,705.25</b>	<b>10,191.87</b>	<b>10,659.58</b>	<b>11,188.44</b>	<b>51,049.98</b>
Costo Unitario por paleta	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
Inventario Inicial de Productos Terminados	-	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	9,157.00
<b>=Artículos Disponibles para la venta</b>	<b>9,304.83</b>	<b>11,849.25</b>	<b>12,429.87</b>	<b>12,995.58</b>	<b>13,627.44</b>	<b>60,206.98</b>
-Inventario Final de Productos Terminados	2,144.00	2,238.00	2,336.00	2,439.00	2,547.00	2,547.00
<b>=Costo de Venta</b>	<b>7,160.83</b>	<b>9,611.25</b>	<b>10,093.87</b>	<b>10,556.58</b>	<b>11,080.44</b>	<b>57,659.98</b>



## 22.1.15.

## Estado de Resultado 2.

**Estados de Resultados Presupuestado (escenario negativo con 20% menos de ventas)**  
**Cifras en Dólares**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Ventas</b>	73,768.09	93,196.48	98,784.87	104,440.21	111,370.33	481,559.96
<b>-costo de ventas</b>	31,929.79	44,053.79	47,361.96	47,979.08	50,789.11	222,113.74
<b>=Utilidad Bruta</b>	41,838.30	49,142.69	51,422.90	56,461.12	60,581.22	259,446.23
<b>-Gastos de Operación</b>	31,950.45	34,569.14	36,930.90	39,337.21	42,508.59	185,296.28
<b>=Utilidad de Operación</b>	9,887.85	14,573.55	14,492.01	17,123.91	18,072.62	74,149.95
<b>-Intereses</b>	1,080.80	830.41	539.78	202.43	-	2,653.42
<b>=Utilidad antes de impuestos</b>	8,807.05	13,743.14	13,952.23	16,921.49	18,072.62	71,496.53
<b>-Impuestos</b>	2,642.12	4,122.94	4,185.67	5,076.45	5,421.79	21,448.96
<b>=Utilidad Neta</b>	6,164.94	9,620.20	9,766.56	11,845.04	12,650.84	50,047.57
<b>Margen de Utilidad Neta</b>	8%	10%	10%	11%	11%	10%



## 22.1.16.

## Flujo de Efectivo 2.

**Flujo de efectivo**  
**Flujo de efectivo (escenario negativo con 20% menos de ventas)**  
**Cifras en dólares**

Descripción	Años						Total
	0	1	2	3	4	5	
<b>Ingresos</b>							
Ventas		69,445.64	82,256.63	86,980.03	91,957.84	98,055.21	428,695.35
<b>Total ingresos</b>		<b>69,445.64</b>	<b>82,256.63</b>	<b>86,980.03</b>	<b>91,957.84</b>	<b>98,055.21</b>	<b>428,695.35</b>
<b>Egresos</b>							
Costo MP		22,011.72	22,828.97	25,085.14	24,634.18	26,115.91	120,675.92
Costo MOD		7,008.00	7,765.33	8,602.22	9,278.97	10,196.06	42,850.59
Costos indirectos de fabricación		8,161.17	8,460.59	8,567.80	8,984.13	9,420.34	43,594.03
Gastos Administrativos		22,747.45	24,709.47	26,435.38	28,195.11	30,561.40	132,648.81
Gastos de ventas		9,203.00	9,859.67	10,495.51	11,142.10	11,947.19	52,647.47
Gastos financieros		1,080.80	830.41	539.78	202.43	-	2,653.42
Pago de Principal		1,557.56	1,807.94	2,098.57	2,435.93		7,900.00
Impuestos		1,678.25	6,669.92	7,154.70	7,673.14	8,245.64	31,421.64
Inversiones	<b>12,665.80</b>						-
<b>Total egresos</b>	<b>12,665.80</b>	<b>73,447.94</b>	<b>82,932.30</b>	<b>88,979.12</b>	<b>92,545.99</b>	<b>96,486.54</b>	<b>434,391.88</b>
<b>Flujo de efectivo Neto</b>	<b>(12,665.80)</b>	<b>(4,002.30)</b>	<b>(675.67)</b>	<b>(1,999.09)</b>	<b>(588.15)</b>	<b>1,568.67</b>	<b>(5,696.53)</b>
<b>Saldo Inicial</b>	14,665.80	2,000.00	(2,002.30)	(2,677.96)	(4,677.05)	(5,265.20)	2,000.00
<b>Efectivo Disponible</b>	2,000.00	(2,002.30)	(2,677.96)	(4,677.05)	(5,265.20)	(3,696.53)	(3,696.53)





## 22.1.17. Depreciación.

Vida útil: 10 años

Activo: Vehículo

Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
5,000.00	-	-	-	-
5,000.00	500	500	4,500.00	41.66666667
5,000.00	500	1000	4,000.00	41.66666667
5,000.00	500	1500	3,500.00	41.66666667
5,000.00	500	2000	3,000.00	41.66666667
5,000.00	500	2500	2,500.00	41.66666667
5,000.00	500	3000	2,000.00	41.66666667
5,000.00	500	3500	1,500.00	41.66666667
5,000.00	500	4000	1,000.00	41.66666667
5,000.00	500	4500	500.00	41.66666667
5,000.00	500	5000	0.00	41.66666667

vida útil 2 años

Activo: silla sala de espera

Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
90.00	-	-	-	-
90.00	45	45	45.00	3.75
90.00	45	90	0.00	3.75

Vida útil: 2 años

Activo: 3 Escritorios admón.

Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
450.00	-	-	-	-
450.00	225	225	225.00	18.75
450.00	225	450	0.00	18.75

Vida útil: 2 años



Activo: 1 Escritorio ventas

Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
150.00	-	-	-	-
150.00	75	75	75.00	6.25
150.00	75	150	0.00	6.25

Vida útil: 2  
años

Activo: Silla de escritorio

Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
400.00	-	-	-	-
400.00	200	200	200.00	16.66666667
400.00	200	400	0.00	16.66666667

Vida útil: 5  
años

Activo: 4 teléfonos admón.

Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
80.00	-	-	-	-
80.00	16	16	64.00	1.333333333
80.00	16	32	48.00	1.333333333
80.00	16	48	32.00	1.333333333
80.00	16	64	16.00	1.333333333
80.00	16	80	0.00	1.333333333



Vida útil: 5  
años

Activo: 1 teléfono ventas

Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
20.00	-	-	-	-
20.00	4	4	16.00	0.333333333
20.00	4	8	12.00	0.333333333
20.00	4	12	8.00	0.333333333
20.00	4	16	4.00	0.333333333
20.00	4	20	0.00	0.333333333

Vida útil: 2  
años

Activo: Impresoras

Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
80.00	-	-	-	-
80.00	40	40	40.00	1.333333333
80.00	40	80	0.00	1.333333333

vida útil 10 años activos 2 mantenedoras producción

Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
1,200.00	-	-	-	-
1,200.00	120	120	1,080.00	10
1,200.00	120	240	960.00	10
1,200.00	120	360	840.00	10
1,200.00	120	480	720.00	10
1,200.00	120	600	600.00	10
1,200.00	120	720	480.00	10
1,200.00	120	840	360.00	10
1,200.00	120	960	240.00	10
1,200.00	120	1080	120.00	10
1,200.00	120	1200	0.00	10



1 mantenedora ventas				
			vida útil 10 años activos mantenedoras	
Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
600.00	-	-	-	-
600.00	60	60	540.00	5
600.00	60	120	480.00	5
600.00	60	180	420.00	5
600.00	60	240	360.00	5
600.00	60	300	300.00	5
600.00	60	360	240.00	5
600.00	60	420	180.00	5
600.00	60	480	120.00	5
600.00	60	540	60.00	5
600.00	60	600	0.00	5

Activos  
licuadoras.  
Vida útil 2años

Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
255.80	-	-	-	-
255.80	127.9	127.9	127.90	4.263333333
255.80	127.9	255.8	0.00	4.263333333

Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
350.00	-	-	-	-
350.00	35	35	315.00	2.916666667
350.00	35	70	280.00	2.916666667
350.00	35	105	245.00	2.916666667
350.00	35	140	210.00	2.916666667
350.00	35	175	175.00	2.916666667
350.00	35	210	140.00	2.916666667
350.00	35	245	105.00	2.916666667
350.00	35	280	70.00	2.916666667
350.00	35	315	35.00	2.916666667
350.00	35	350	0.00	2.916666667



Aire acondicionado de oficina vida util 10 años				
Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
750.00	-	-	-	-
750.00	75	75	675.00	6.25
750.00	75	150	600.00	6.25
750.00	75	225	525.00	6.25
750.00	75	300	450.00	6.25
750.00	75	375	375.00	6.25
750.00	75	450	300.00	6.25
750.00	75	525	225.00	6.25
750.00	75	600	150.00	6.25
750.00	75	675	75.00	6.25
750.00	75	750	0.00	6.25

computadoras de escritorio vida util 5 años

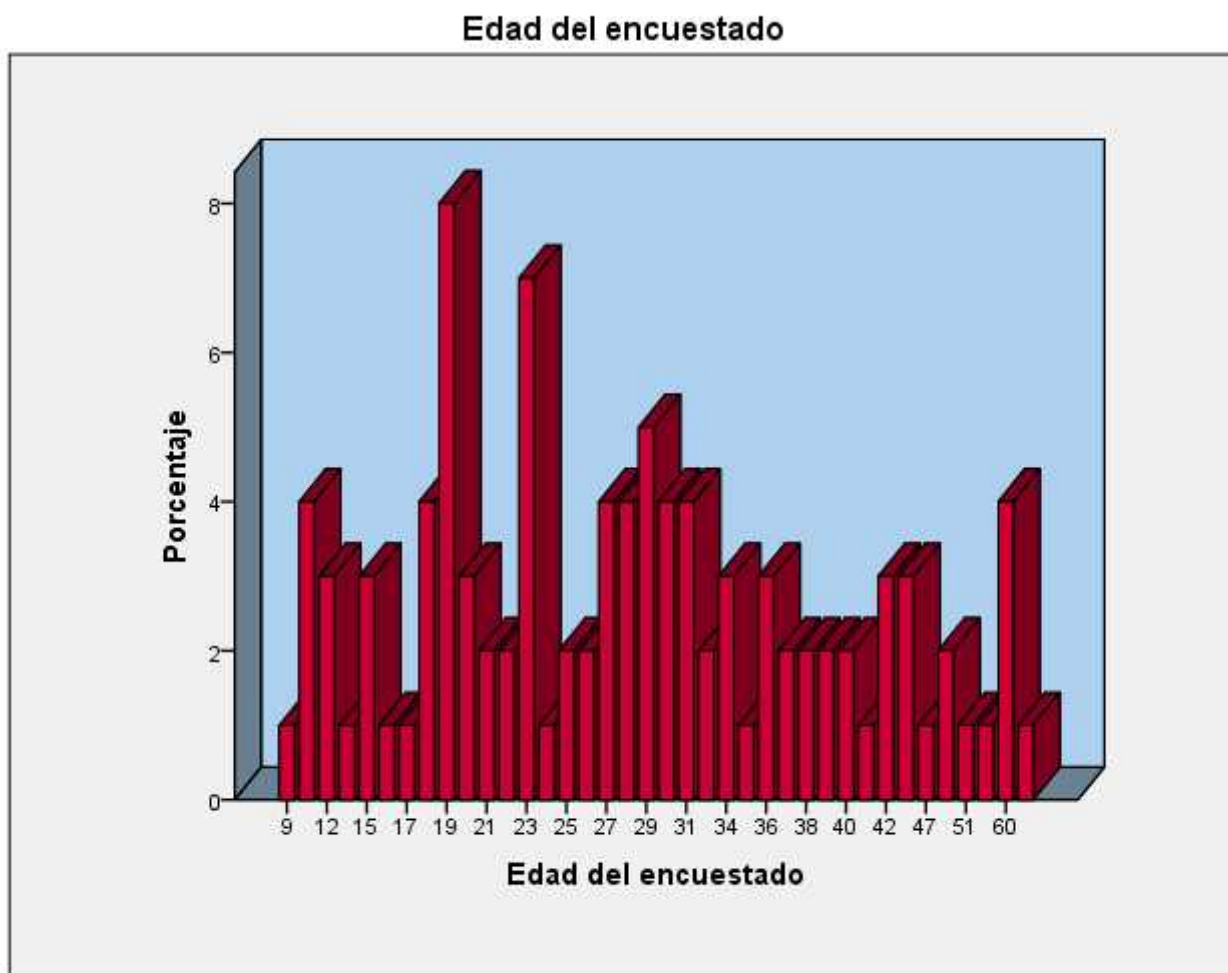
Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
2,140.00	-	-	-	-
2,140.00	428	428	1,712.00	35.66666667
2,140.00	428	856	1,284.00	35.66666667
2,140.00	428	1284	856.00	35.66666667
2,140.00	428	1712	428.00	35.66666667
2,140.00	428	2140	0.00	35.66666667

Mesa industrial

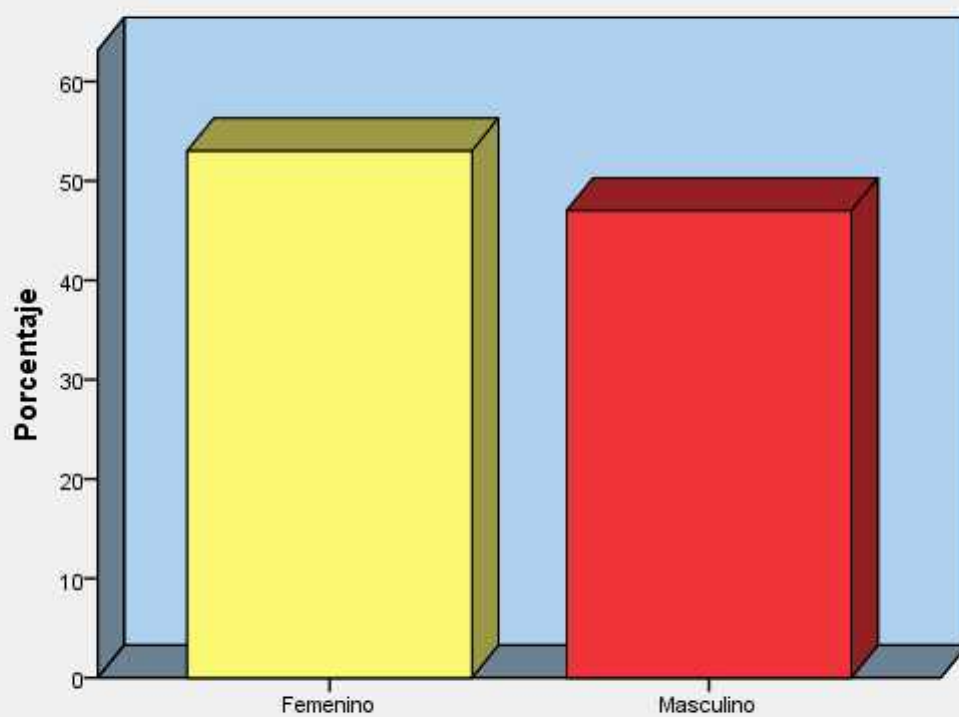
Importe depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros	Depreciación mensual
100.00	-	-	-	-
100.00	20	20	80.00	1.666666667
100.00	20	40	60.00	1.666666667
100.00	20	60	40.00	1.666666667
100.00	20	80	20.00	1.666666667
100.00	20	100	0.00	1.666666667



## 22.2. Anexos 2- Gráficos



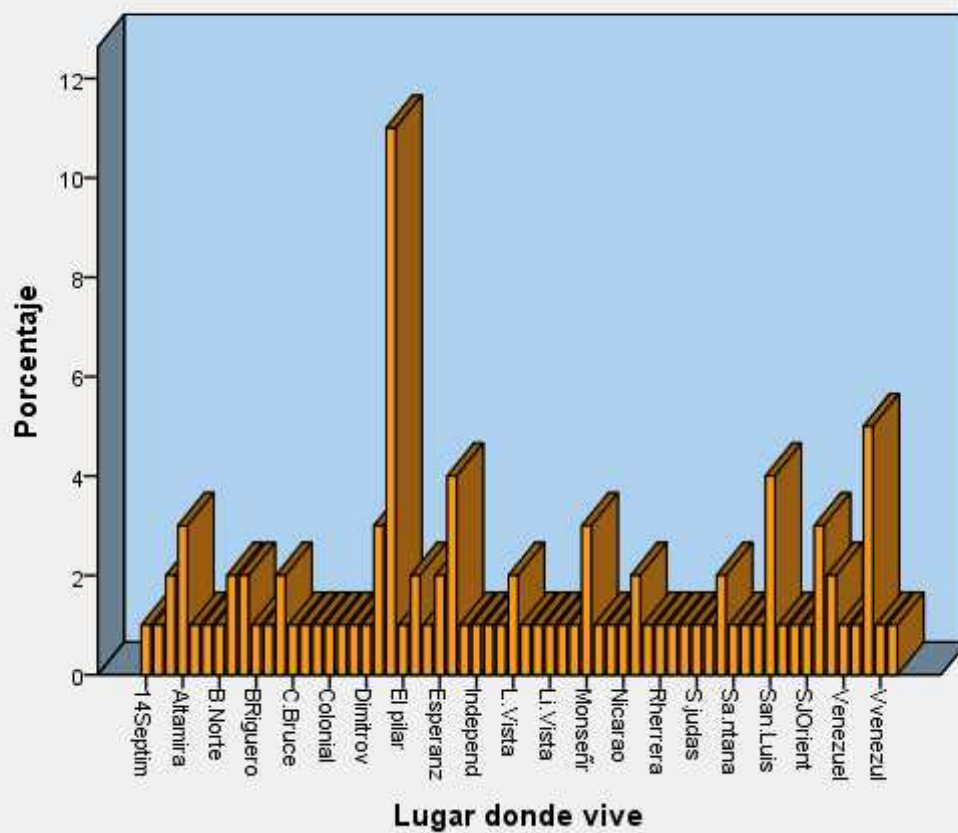
**Sexo del encuestado**



**Sexo del encuestado**

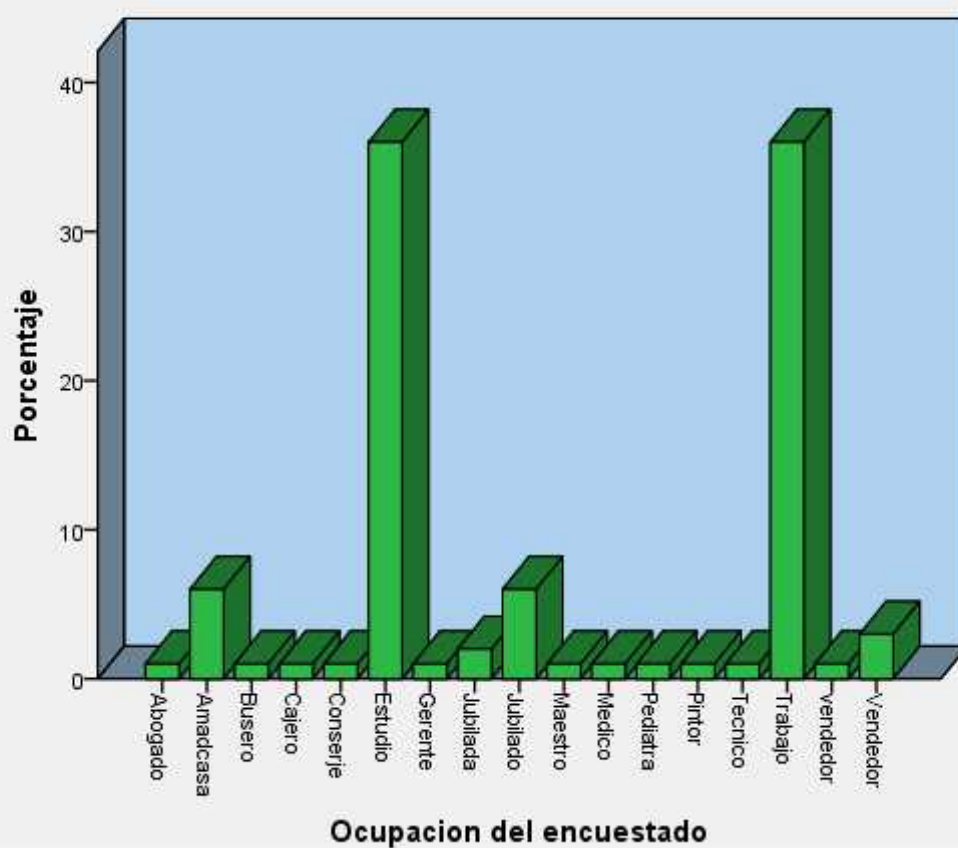


Lugar donde vive

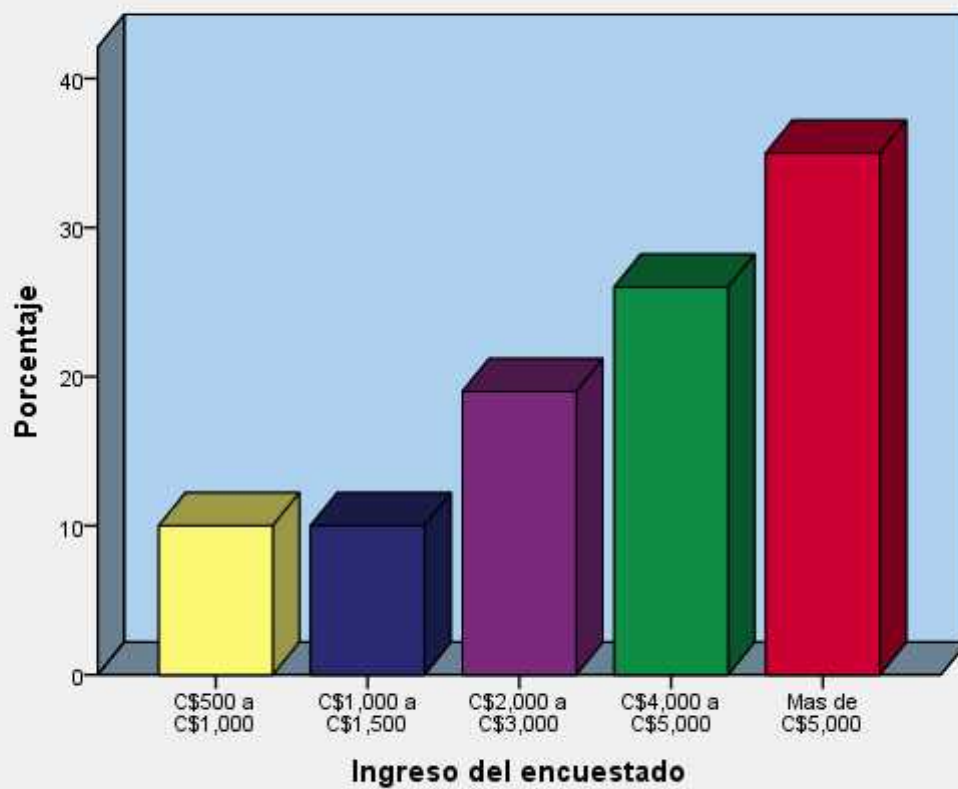




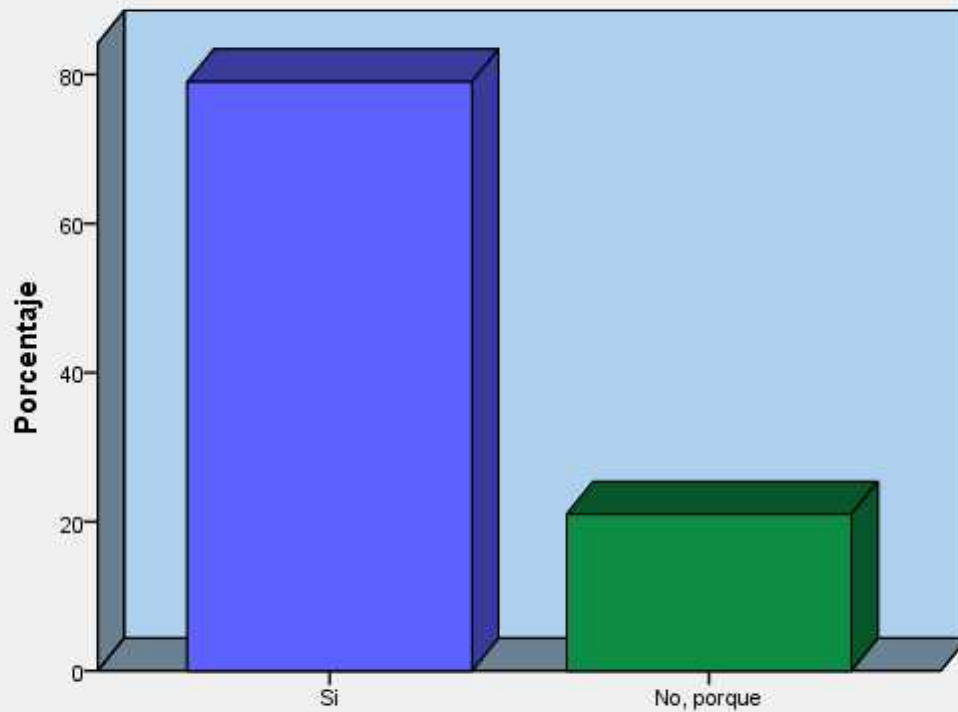
Ocupacion del encuestado



**Ingreso del encuestado**



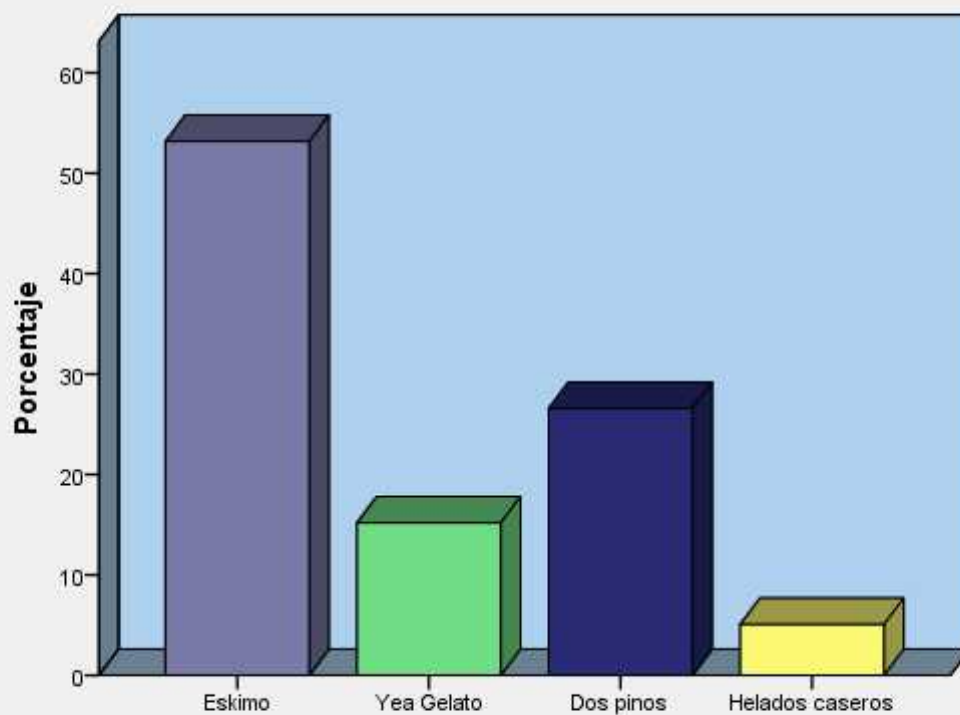
### ¿Consume helado?



¿Consume helado?



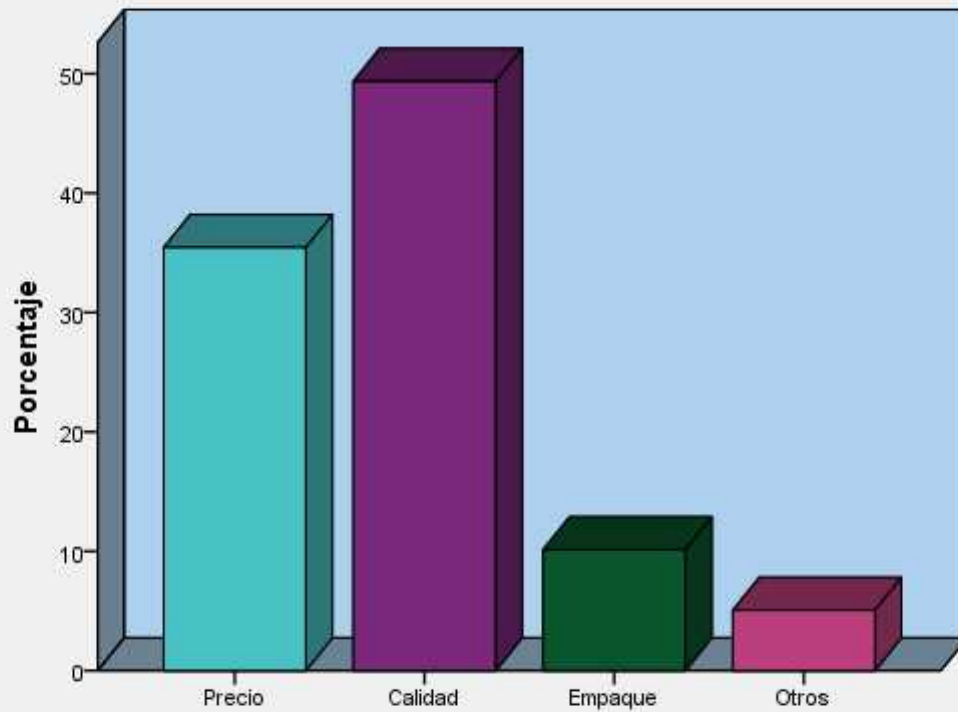
¿Que marca de helado consume con mas frecuencia?



¿Que marca de helado consume con mas frecuencia?



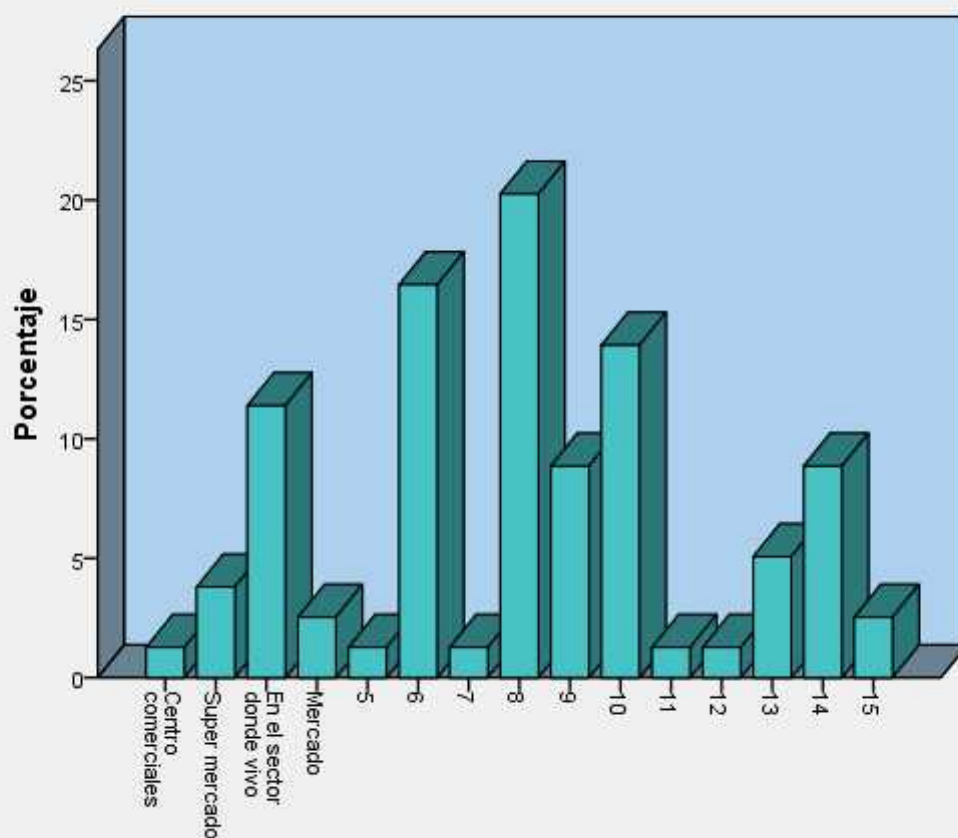
¿Por que prefiere esa marca?



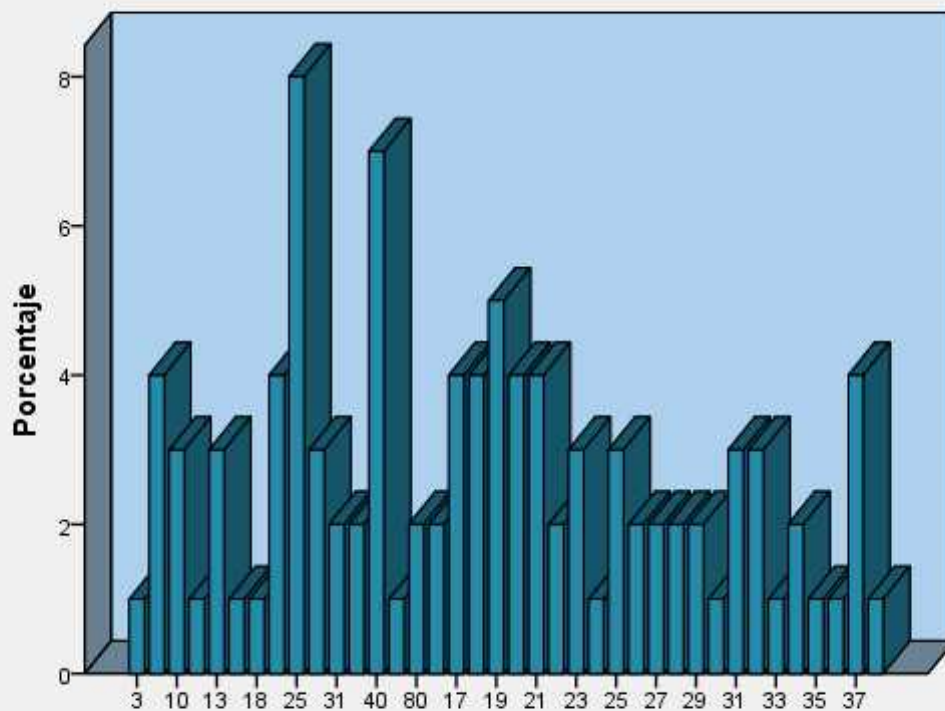
¿Por que prefiere esa marca?



### ¿Donde adquiere regularmente el helado?



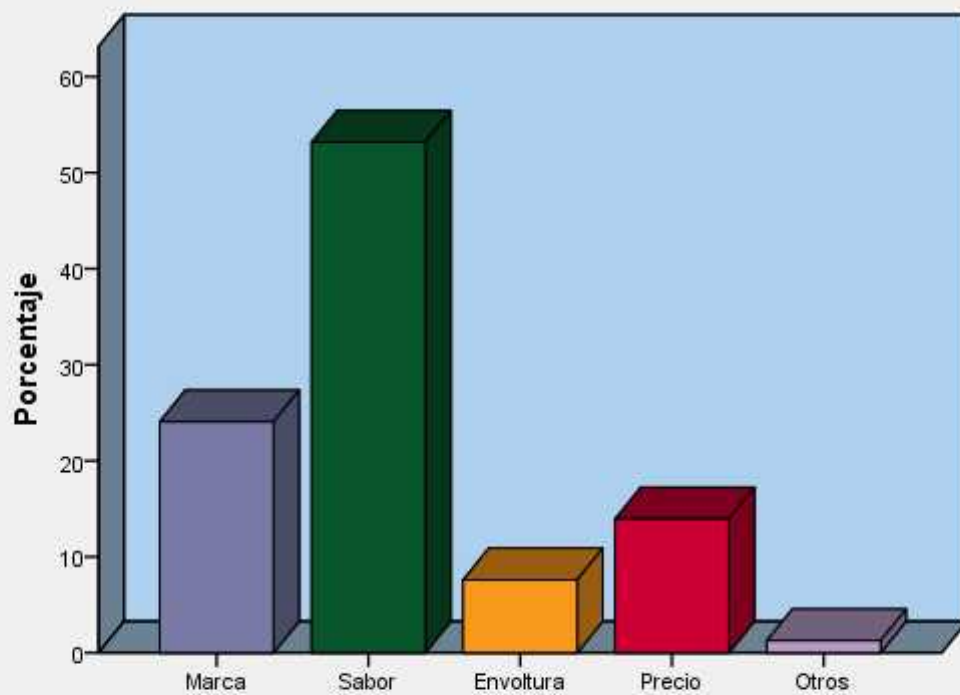
¿Cual es el precio que actualmente paga por un helado?



¿Cual es el precio que actualmente paga por un helado?



¿Seleccione la alternativa de acuerdo a su preferencia al momento de comprar el helado?

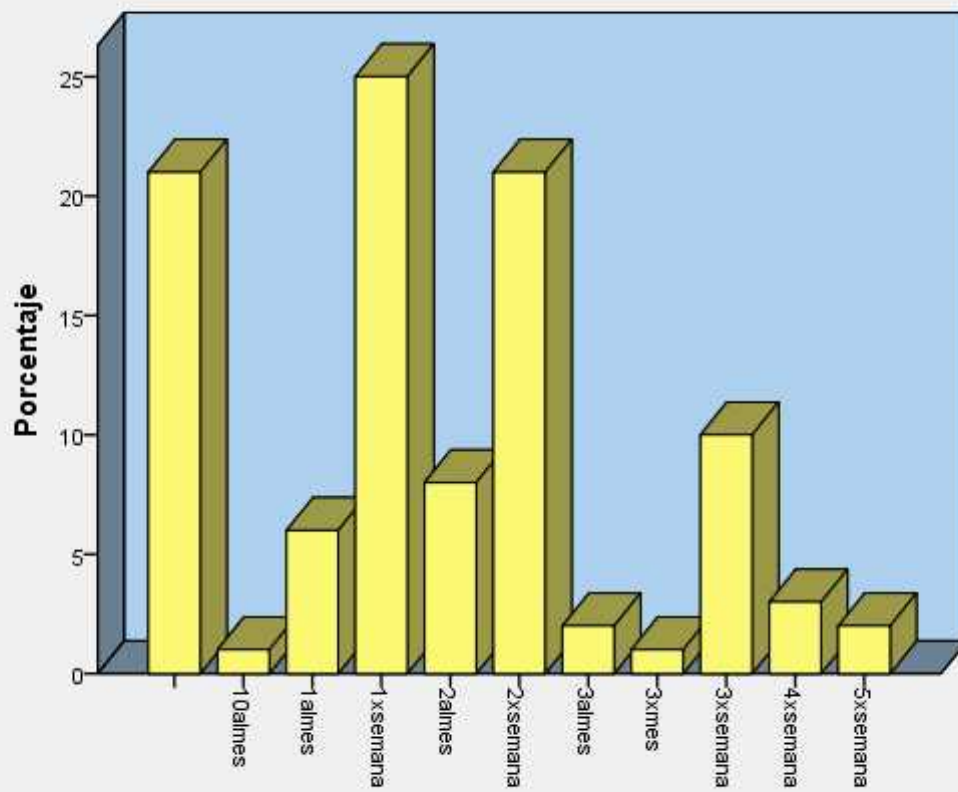


¿Seleccione la alternativa de acuerdo a su preferencia al momento de comprar el helado?





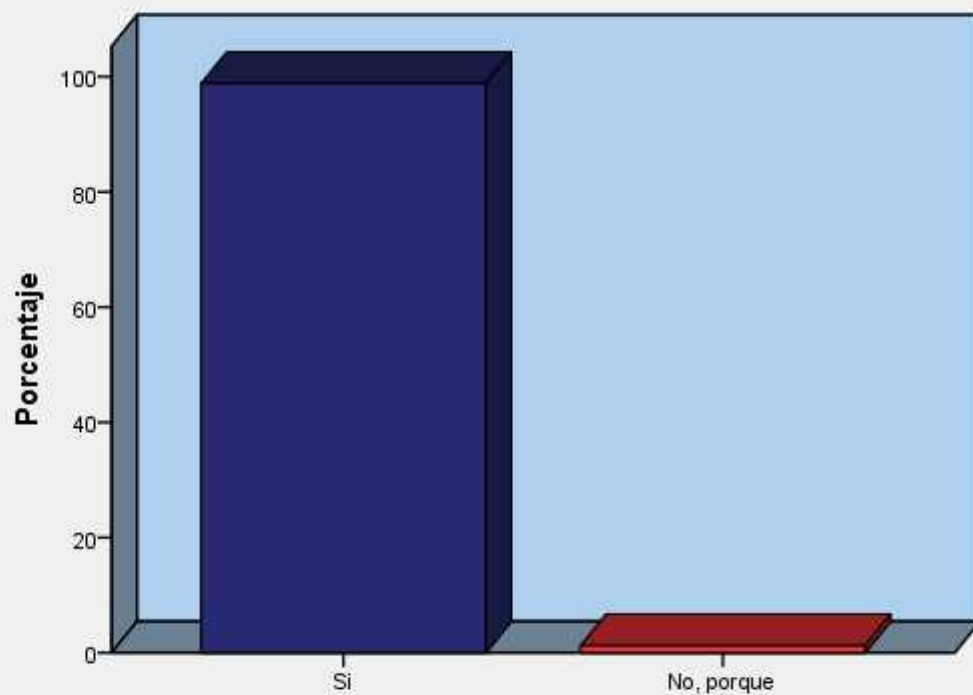
¿Con que frecuencia compra helado?



¿Con que frecuencia compra helado?



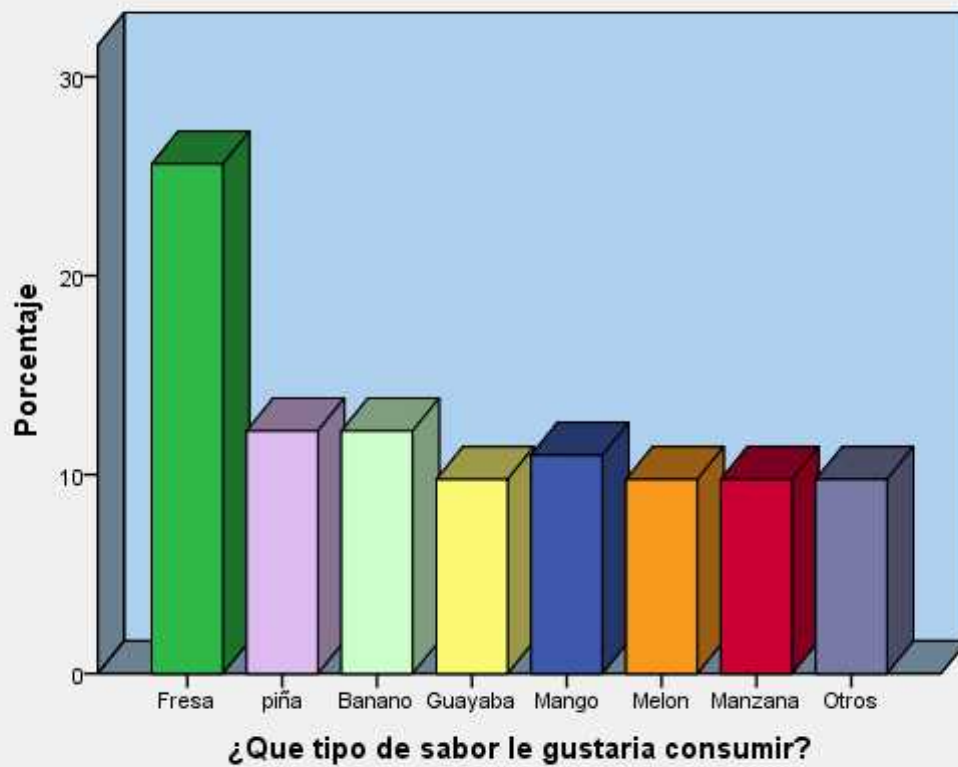
**¿Consumiría un nuevo Helado Artesanal, hecho con frutas naturales y no con químicos?**



**¿Consumiría un nuevo Helado Artesanal, hecho con frutas naturales y no con químicos?**



¿Que tipo de sabor le gustaria consumir?



## 23. Glosario

- ✓ **Fruta:** Se denomina fruta a aquellos frutos comestibles obtenidos de plantas cultivadas o silvestres que, por su sabor generalmente dulce-acidulado, por su aroma intenso y agradable, y por sus propiedades nutritivas,
- ✓ **Activo:** Que produce inmediatamente efecto o lo hace con mucha energía o actividad.
- ✓ **Azúcar:** Sustancia cristalina, generalmente blanca, muy soluble en agua y de sabor muy dulce, que se encuentra en el jugo de muchas plantas y se extrae especialmente de la caña dulce y de la remolacha; se emplea en alimentación como edulcorante nutritivo y generalmente se presenta en polvo de cristales pequeños.
- ✓ **Molde:** Recipiente o pieza hueca donde se echa una masa blanda o líquida que, al solidificarse, toma la forma del recipiente
- ✓ **Almacenaje:** El almacenaje o almacenamiento es una parte de la logística que incluye las actividades relacionadas con el almacén; en concreto, guardar y custodiar existencias que no están en proceso de fabricación, ni de transporte. El almacenaje permite acercar las mercaderías a los puntos de consumo.
- ✓ **Amortización:** Es un término económico y contable, referido al proceso de distribución de gasto en el tiempo de un valor duradero. Adicionalmente se utiliza como sinónimo de depreciación en cualquiera de sus métodos.
- ✓ **Balance general:** es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto).
- ✓ **Capacidad instalada:** La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos



- ✓ **Costo unitario:** El costo unitario de producción proyectado se compone de costo de material directo, mano de obra directa y gastos de fabricación
  
- ✓ **Endeudamiento:** El endeudamiento es una medida relativa (porcentual) que mide la proporción de la deuda contra el total de recursos con los que cuenta la empresa; se entiende entonces que si este total se representa por el 100%, la diferencia es la proporción que mantiene el capital contable dentro de la estructura
  
- ✓ **Costo de venta:** El costo de ventas es el gasto o el costo de producir de todos los artículos vendidos durante un período contable. Cada unidad vendida tiene un costo de ventas o costo de los bienes vendidos. ...  $\text{Costo de Ventas} = \text{Inventario al comienzo del periodo} + \text{Compras y gastos durante el periodo} - \text{Inventario al Final del Periodo}$ .
  
- ✓ **Cursograma:** Los cursogramas son una herramienta que permite visualizar de forma gráfica los procedimientos de la empresa y detectar con facilidad cualquier error, repetición o demora innecesaria (por ejemplo, materiales que se compran sin controlar el stock existente, falta de alertas de cobro o pago, documentos inútiles)
  
- ✓ **Depreciación:** Disminución del valor de una moneda o de otro bien
  
- ✓ **Edificio:** Construcción de grandes dimensiones fabricada con piedras, ladrillos y materiales resistentes que está destinada a servir de vivienda o de espacio para el desarrollo de una actividad humana.
  
- ✓ **Estado de resultado:** En contabilidad, el estado de resultados, estado de rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado
  
- ✓ **Estrategias:** Una estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin. La planeación estratégica se puede definir como el arte y ciencia de formular, implantar y evaluar decisiones internacionales que permitan a la organización llevar a cabo sus objetivos.



- ✓ **Flujo de caja:** El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. Algunos ejemplos de ingresos son los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos, intereses,

